

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)  
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO  
(CBG)

**PATRÍCIA MORGADO**

A PESQUISA NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DE TV E CINEMA:  
UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO CICLO INFORMACIONAL

Rio de Janeiro

2016

PATRÍCIA MORGADO

**A PESQUISA NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DE TV E CINEMA:  
UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO CICLO INFORMACIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia.

Orientadora: Profa. Dra. Patrícia Mallmann S. Pereira

Coorientador: Prof. Dr. Marcio Gonçalves

Rio de Janeiro

2016

### Ficha catalográfica

M847p Morgado, Patrícia

A Pesquisa na produção audiovisual de TV e Cinema: uma análise sob a ótica do ciclo informacional / Patrícia Morgado. – Rio de Janeiro, 2016.  
75 f.

Orientadora: Profa. Dra. Patrícia Mallmann S. Pereira

Coorientador: Prof. Dr. Marcio Gonçalves

Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

1. Produção audiovisual. 2. Cinema. 3. TV. 4. Pesquisa. 5. Ciclo informacional. I. Pereira, Patrícia Mallmann S. II. Gonçalves, Marcio. III. Título.

CDD 791.43

Elaborada pela autora

**PATRÍCIA MORGADO**

**A PESQUISA NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DE TV E CINEMA:  
UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO CICLO INFORMACIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de  
Unidades de Informação da Universidade  
Federal do Rio de Janeiro, como requisito  
parcial à obtenção do título de bacharel em  
Biblioteconomia.

Rio de Janeiro, 9 de março de 2016.

---

Profa. Dra. Patrícia Mallmann S. Pereira  
Orientadora

---

Prof. Dr. Marcio Gonçalves  
Coorientador

---

Prof. Dr. Evandro Vieira Ouriques  
Membro interno

---

Prof. Me. Robson Santos Costa  
Membro interno

Dedico este trabalho às pessoas e aos filmes  
que me possibilitam experimentar  
novas sensações a cada dia.

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais e à minha irmã por terem tornado possível, em vários sentidos, a minha chegada até esse instante. Posso afirmar que só estou aqui hoje por causa de vocês.

Agradeço também às minhas amigas e fiéis escudeiras Natália, Juliana e Livia, que me acompanham desde 2006, fora da faculdade. Apesar de todo o sofrimento daquela época de Farmácia, todas as nossas fotos maravilhosas, desespero nos finais de período (o que inclui promessas não cumpridas até hoje), aulas aos sábados, altas emoções nas aulas práticas nos laboratórios, tensão nos pontos de viragem das titulações, lavagem de buretas, dedos queimados, experiências com E. coli, noites sem dormir, relatórios feitos na emoção, cálculos pra atingirmos 5,75 de média e os 0,25 da vida, fico muito feliz por termos passado por tudo isso juntas dentro daquele lugarzinho cheio de ladrilhos verdes a.k.a Cefeteq a.k.a hell. E fico mais feliz ainda por ter vocês ao meu lado até hoje. Naty, Juh e Líviannn, obrigada por tudo.

Seguindo a cronologia, penso muito até hoje em como a minha entrada em Biblio foi bem desprestenciosa... as coisas foram simplesmente acontecendo, seguindo seu fluxo. Lembro que, logo no início, ao investigar, vi que bibliotecários poderiam trabalhar com pesquisa, o que de cara me interessou. Mas um dos motivos pra eu ter entrado para o curso foi o desejo de trabalhar com audiovisual de alguma forma. Hoje penso que, sem perceber, foi exatamente essa junção que eu fiz, ou pelo menos tentei fazer, ao escrever esse TCC. E apesar de todas as minhas dúvidas e crises existenciais no decorrer da graduação, hoje vejo que as coisas não poderiam ter acontecido de uma maneira melhor.

Sou muito grata a certas pessoas e às sensações e momentos que já me proporcionaram. Acho incrível como alguns deles acontecem e conseguem mudar uma vida pra sempre. Aquela coisa tipo “consigo pensar em uma vida antes e uma vida depois desse exato ponto”. Por momentos como esse, eu sou ainda mais grata. Por isso não tenho como deixar de registrar um deles aqui como uma forma de gratidão eterna.

Aconteceu comigo em uma tarde de 2011, na qual eu, sem nada pra fazer, resolvi assistir a um filme que ia passar na TV. Estava deitada na cama, relaxada, quando de repente, em uma cena específica, prontamente me levantei perguntando a mim mesma: “O que foi isso??”, tamanho o “susto” e o impacto que causaram sobre mim. Foi o exato momento em que senti algo que nunca tinha sentido antes na vida.

Na cena, uma personagem chamada Peg Boggs mostrava fotos de sua família a um personagem chamado Edward. Em determinado ponto, ela dizia: “Here’s my daughter Kim”.

A câmera mostrava a foto de Kim, uma música linda começava a tocar de fundo, e então o foco passava a ser o rosto de Edward... Eis que eu vejo aqueles olhos... eles brilham... como se pudessem falar. E lá estava eu, atônita, tentando entender que sensação era aquela na hora. E mais que isso: pela primeira vez, senti que precisava saber quem eram as pessoas por trás daquilo.

O filme? Edward Mãos de Tesoura (1990). O dono da ideia? Tim Burton. O dono dos olhos? Johnny Depp. A música era “Home Sweet Home”, com aquele quê de “Ice Dance”, composta por Danny Elfman. E foi assim. Dessa forma. Sem tirar, nem pôr. A mudança de vida teve início bem ali, exatamente naquele instante. Foi ali que a minha paixão e o meu interesse pelo audiovisual começaram. Hoje estou aqui. Se antes eu tinha passado boa parte da infância assistindo a filmes como uma forma de entretenimento puramente, a partir daquele momento passei a assisti-los na tentativa de sentir algo parecido com o que eu senti no fatídico dia. Por isso sou muito grata a todas as pessoas envolvidas, que mesmo não estando próximas fisicamente, me proporcionaram e proporcionam essas sensações que, de certa forma, me aproximam delas. Obrigada a todos que participaram da criação de produtos audiovisuais que já me tocaram de alguma forma. É sempre muito bom poder sentir isso.

Entrando mais no ambiente da universidade e também na escrita do TCC, penso que, além de pessoas, existem “coisas” que trazem suas contribuições, cada uma à sua maneira. Por isso, agradeço às madrugadas, que são minhas companheiras de longa data e me permitiram escrever todo esse trabalho. Agradeço também às músicas que embalam esse processo de construção, fazendo com que a escrita fluísse mais em certos momentos. Além disso, sou muito grata pela oportunidade de ter vivido momentos que renovaram minhas energias quando eu mais precisei... shows, eventos e toda e qualquer “loucura” que eu tenha cometido.

Agradeço às amigas da faculdade Jess, Carol e Tamara (Seminário et al.), que me acompanharam na graduação. Obrigada pela companhia, pelos papos, pelas risadas, pelos desesperos em grupo, pelas parcerias nos trabalhos... enfim, obrigada por terem tornado tudo bem mais leve.

Agradeço IMENSAMENTE a todos os profissionais do audiovisual que contribuíram para a construção desse trabalho. Devo confessar que inicialmente fiquei um pouco assustada com a ideia de usar entrevista como forma de coleta de dados. Mas isso logo mudou, porque fiquei muito feliz com o retorno e o interesse de todos, sem exceções. Todos abdicaram de seus preciosos tempos e acharam um espacinho na agenda para me ajudar. Agradeço muito

por terem sido tão solícitos, tão abertos e dispostos a me ajudar do início ao fim, e por terem contribuído absurdamente para esse estudo.

Agradeço ao meu coorientador Marcio Gonçalves, que logo de início topou me ajudar assim que fiz o convite. Sou muito grata por toda a atenção dedicada a mim sempre que precisei.

E, por fim, mas longe de ser a menos importante, agradeço à minha orientadora Patrícia Mallmann Souto Pereira, que desde o início, quando eu ainda estava muito insegura até mesmo em relação ao tema, foi quem me animou e me motivou. Agradeço também pela liberdade que me deu ao longo da construção desse trabalho, tendo sensibilidade suficiente pra enxergar a forma como eu “funcionava” e ver em quais momentos precisava indicar novos caminhos e estipular prazos. Sou muito grata pela forma como as coisas fluíram... Agradeço pelas conversas, pela boa companhia e pelas parcerias em outros projetos. Muito obrigada por ter contribuído para tornar a escrita do TCC o melhor momento da graduação pra mim. Você foi uma verdadeira orientadora! Não poderia ter sido melhor! (PS: Não sou fofa).

Para concluir de vez... como já dizia Lester no filme Beleza Americana (1999), “[...] it’s hard to stay mad when there’s so much beauty in the world. Sometimes I feel like I’m seeing it all at once and it’s too much... my heart fills up like a balloon that’s about to burst. And then I remember to relax and stop trying to hold on to it... and then it flows through me like rain and I can’t feel anything but **GRATITUDE** for every single moment of my stupid little life.”



“Isso se chama encarar a realidade...

Mas é isso que Amélie não quer.”

(O FABULOSO destino de Amélie Poulain, 2001)

## RESUMO

Este estudo trata de produções audiovisuais de Televisão (TV) e Cinema. Considera-se a produção audiovisual enquanto um processo que vai desde o surgimento de uma ideia até o produto audiovisual finalizado, envolvendo, assim, diversas etapas, sendo estas: ideia, argumento, pesquisa, roteiro, preparação, pré-produção, filmagem, desprodução, finalização – etapas definidas com base em Giannasi (2007), Nodari (2012) e Rodrigues (2007). A Pesquisa é o foco deste trabalho, e entende-se que ela atua não apenas como a terceira etapa do processo de produção, mas também serve de fundamento para outras fases. Enquanto etapa possibilita uma imersão no conteúdo a ser abordado no produto audiovisual, expandindo assim a ideia e o argumento. Pode-se dizer que, além de assumir esse papel, também dá suporte, principalmente, para as etapas de roteiro – quando este está sendo elaborado –, e para a etapa de preparação, – quando, após a leitura do roteiro, se faz um levantamento das necessidades visando a transposição do texto escrito para uma linguagem audiovisual –, servindo, assim, de base para a escolha de figurino, composição de cenário, construção dos personagens, entre outros elementos. O objetivo do trabalho é compreender como ocorre o processo de Pesquisa em produções audiovisuais de TV e Cinema, sob a ótica do ciclo informacional. Trata-se de um estudo com abordagem qualitativa, de caráter descritivo. O delineamento da investigação se deu por meio de pesquisa bibliográfica e empírica, através do uso de fontes bibliográficas e fontes pessoais, cuja seleção se baseou no critério de amostragem intencional ou de seleção racional (RICHARDSON, 2012). No total, o estudo contou com 6 profissionais do ramo audiovisual, sendo que, destes, 4 participaram de uma entrevista por pautas, 1 respondeu a um questionário e 1 colaborou através de entrevista e conversas informais. Os resultados mostraram que cada processo de Pesquisa é único, devido, principalmente, às características individuais de cada produto audiovisual, seja em relação à temática ou ao formato. No entanto, foi possível elaborar um modelo de ciclo informacional geral para a Pesquisa em Produções de TV e Cinema. Concluiu-se que a Pesquisa influencia diretamente na construção visual e na composição do conteúdo das obras, possibilitando a imersão do espectador no universo ali apresentado.

**Palavras-chave:** Produção audiovisual. Cinema. TV. Pesquisa. Ciclo informacional.

## **ABSTRACT**

This study is about television and cinema audiovisual productions. An audiovisual production is considered a process that starts from an idea and ends when the audiovisual product is finished; therefore it goes through many stages, which are: idea, plot, research, script, preparation, pre-production, filming, desproduction, editing – stages based on Giannasi (2007), Nodari (2012) and Rodrigues (2007). Research is the main focus of this study, and it acts not only as the third stage, but also as groundwork for other ones. As a stage, it enables an immersion in the content that is going to be broached. Besides, Research provides groundwork to the script – while it is being written –, and the preparation stage – when implements the written text to an audiovisual language –, thus serving as the basis for the choice of costumes, scenery composition, construction of the characters, among other elements. The study aims to understand how the process of Research in audiovisual productions of TV and Cinema is, from the perspective of the information cycle. This is a qualitative study of descriptive kind. The design of the investigation took place through bibliographic and empirical research, through the use of bibliographic sources and personal sources, whose selection was based on purposeful sampling criteria (RICHARDSON, 2012). In total, the study included six professionals, and of these, 4 took part in guideline interviews, 1 responded to a questionnaire and 1 took part in an informal interview and conversations. The results suggest that each process of Research is unique mainly due to the individual characteristics of each audiovisual product, either in relation to the topic or format. However, it was possible to create a general information cycle model for Research in TV and film productions. It was concluded that the Research directly influences the visual construction and the content of the product, making it possible for the viewers to get into that universe.

**Keywords:** Audiovisual production. Cinema. TV. Research. Information cycle.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Figura 1</b> –	Etapas da produção audiovisual.....	18
<b>Figura 2</b> –	Etapas e caminho da produção audiovisual de TV e Cinema.....	19
<b>Figura 3</b> –	O ciclo informacional.....	32
<b>Quadro 1</b> –	Fontes pessoais e principais áreas de atuação.....	41
<b>Figura 4</b> –	A necessidade em produções audiovisuais de TV e Cinema.....	45
<b>Figura 5</b> –	O conceito de personagem.....	46
<b>Figura 6</b> –	A necessidade e a busca em produções audiovisuais de TV e Cinema.....	53
<b>Figura 7</b> –	Modelo de ciclo informacional geral para a Pesquisa em produções audiovisuais de TV e Cinema.....	63

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
1.1	JUSTIFICATIVA.....	14
1.2	OBJETIVOS.....	15
<b>2</b>	<b>A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL.....</b>	<b>16</b>
2.1	AS ETAPAS DE UMA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL.....	17
2.1.1	Ideia.....	19
2.1.2	Argumento.....	20
2.1.3	Pesquisa.....	21
2.1.4	Roteiro.....	23
2.1.5	Preparação.....	26
2.1.6	Pré-produção.....	27
2.1.7	Filmagem.....	27
2.1.8	Desprodução.....	28
2.1.9	Finalização.....	28
<b>3</b>	<b>CICLO INFORMACIONAL.....</b>	<b>30</b>
3.1	A INFORMAÇÃO E OS PARADIGMAS DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO.....	30
3.2	O CICLO INFORMACIONAL: NECESSIDADE, BUSCA E USO.....	31
3.2.1	A necessidade da informação.....	32
3.2.2	A busca da informação.....	34
3.2.3	O uso da informação.....	36
<b>4</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>39</b>
	<b>A PESQUISA NAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS DE TV E CINEMA</b>	
<b>5</b>	<b>SOB A ÓTICA DO CICLO</b>	<b>44</b>
	<b>INFORMACIONAL.....</b>	
5.1	A NECESSIDADE DA INFORMAÇÃO NAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS.....	45
5.2	A BUSCA DA INFORMAÇÃO NAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS.....	52
5.3	O USO DA INFORMAÇÃO NAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS.....	60
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>64</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>66</b>
	<b>APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....</b>	<b>69</b>

<b>APÊNDICE B – Roteiro das entrevistas por pauta.....</b>	<b>72</b>
<b>APÊNDICE C – Questionário para a fonte pessoal 5.....</b>	<b>74</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O setor audiovisual tem avançado consideravelmente nos últimos anos, exercendo uma influência intensa e crescente na sociedade, que pensa e se expressa cada vez mais através da imagem em movimento. A relação entre imagem e som apresenta um elevado potencial de comunicação, que pode ser efetivado através de canais como a televisão (TV) e o Cinema.

Tais veículos midiáticos permitem que produtos audiovisuais como novelas, seriados, documentários, filmes de ficção, entre outras categorias de programas, cheguem até o espectador. Pode-se definir produto audiovisual como um produto com conteúdo imagético, com ou sem som, resultante do que se chama de “produção audiovisual” (ANCINE, 2012).

Embora exista certa divergência entre autores no que se refere à sua estrutura e definição, pensa-se aqui na produção audiovisual enquanto um processo que vai desde o surgimento de uma ideia até o produto audiovisual finalizado, envolvendo, assim, diversas etapas, sendo estas: ideia, argumento, pesquisa, roteiro, preparação, pré-produção, filmagem, desprodução e finalização – etapas definidas com base em autores como Giannasi (2007), Nodari (2012) e Rodrigues (2007).

A Pesquisa<sup>1</sup> é o foco principal deste projeto, e entende-se que ela atua não apenas como a terceira etapa do processo de produção, mas também serve de fundamento para outras fases. Enquanto etapa possibilita uma imersão no conteúdo a ser abordado no produto, expandindo assim a ideia e o argumento. Pode-se dizer que, além de assumir esse papel, também dá suporte, principalmente, para as etapas de roteiro – quando este está sendo elaborado –, e para a etapa de preparação, – quando, após a leitura do roteiro, se faz um levantamento das necessidades visando a transposição do texto escrito para uma linguagem audiovisual –, servindo, assim, de base para a escolha de figurino, composição de cenário, construção dos personagens, entre outros elementos.

Contudo, é importante ressaltar que, por fazer parte de um processo altamente dinâmico, a Pesquisa não está restrita apenas a essas etapas e, portanto, esta não é uma teoria fechada. Deve-se ter em mente que há muitas variáveis envolvidas em produções audiovisuais

---

<sup>1</sup> Ao longo do trabalho, toda vez que o termo “Pesquisa” for utilizado, com a letra inicial maiúscula, estará se referindo à pesquisa no contexto das produções audiovisuais de TV e Cinema, assunto principal do estudo. Já o uso do termo “pesquisa”, com a letra inicial minúscula, dirá respeito apenas à pesquisa no âmbito geral da palavra, enquanto o levantamento e a reunião de informações acerca de determinada questão.

de TV e Cinema e, assim sendo, cada processo é único. Logo, a Pesquisa pode desempenhar diferentes papéis, tanto dentro de uma mesma produção, como entre produções distintas.

Ressalta-se também que este estudo irá tratar especificamente de pesquisas que contribuem para o desenho do produto audiovisual, atuando na composição de seu conteúdo e transposição do texto escrito para o audiovisual, sendo assim decisivas na construção da identidade e das características visuais e sensoriais a serem transmitidas e percebidas pelo espectador.

De modo geral e objetivo, uma pesquisa pode ser definida como o levantamento e a reunião de informações referentes à determinada questão, sendo a informação aqui estudada sob a perspectiva do paradigma social, na qual é entendida como uma construção social, contextual e coletiva. Nesse sentido, discorre-se acerca da Pesquisa sob a ótica do ciclo informacional através da abordagem na qual os indivíduos, enquanto sujeitos sociais, lidam com a necessidade, com a busca e com o uso da informação de maneiras diferentes, adicionando uma pluralidade de sentidos ao processo. Isso faz com que seja fundamental entender que existe a todo tempo a influência do contexto histórico, político e social, tanto o que se insere na realidade atual como aquele que se deseja retratar no produto audiovisual.

A Pesquisa em produções de TV e Cinema, ao permitir o fornecimento de respostas a uma demanda informacional que surge, torna-se determinante na transformação de uma ideia inicial em um produto audiovisual consistente, capaz de transmitir e reproduzir fielmente a mensagem proposta na sua concepção. Pretende-se, através deste trabalho, responder a seguinte pergunta: como ocorre o processo de Pesquisa em produções audiovisuais de TV e cinema, sob a ótica do ciclo informacional?

## 1.1 JUSTIFICATIVA

A ideia para o tema e o assunto tratados surgiu de um interesse pessoal e profissional pelo audiovisual. Houve uma reflexão acerca das possibilidades de atuação do bibliotecário no processo de produção de TV e Cinema, indo além do profissional responsável por cuidar do tratamento e organização dos suportes informacionais com conteúdo audiovisual. Buscou-se inserir este profissional mais diretamente nas produções audiovisuais. Reconhece-se que, embora os bibliotecários possuam diversas competências que os qualifiquem e os favoreçam como Pesquisadores em produções audiovisuais de TV e Cinema, esta é uma função ainda não explorada pelos mesmos, representando então uma potencial área de atuação.



O assunto tratado no estudo é de grande relevância, ainda mais tendo em vista que apresenta uma bibliografia relativamente escassa. Quando se encontra material tratando da Pesquisa, a questão não é abordada com profundidade ou tem como foco algum tipo específico de obra, o que faz com que não se reconheça a sua importância e atuação por completo, que não se restringe a apenas um tipo de produto audiovisual. Esta investigação visa à ampliação dessa visão e a sua discussão, além de reforçar sobre a sua relevância e valor na construção de um produto audiovisual que permita a imersão do espectador no universo ali apresentado.

Além do ramo audiovisual, a investigação também tem o intuito de contribuir para as áreas de Biblioteconomia e Ciência da Informação, cujo objeto de estudo é a informação registrada. A análise minuciosa da circulação da informação no processo de Pesquisa, que é a proposta deste estudo, vai trazer um melhor entendimento acerca do trajeto percorrido pela informação, desde o surgimento da necessidade de informação até a sua aplicação de fato. Isso pode vir a gerar novos estudos voltados para a otimização do processo e de suas atividades, beneficiando não apenas os profissionais do ramo, mas também o espectador que vai ter acesso ao produto audiovisual formado.

## 1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral deste estudo é compreender como ocorre o processo de Pesquisa em produções audiovisuais de TV e Cinema, sob a ótica do ciclo informacional.

Como objetivos específicos, destacam-se os seguintes pontos:

- a) descrever o processo de Pesquisa em produções de seriados, filmes de ficção, documentários, novelas e outras categorias de programas, com base em fontes bibliográficas e pessoais;
- b) verificar como a informação circula durante o processo de Pesquisa, em relação a necessidades, busca e uso de informações;
- c) elaborar um modelo de ciclo informacional para a Pesquisa em produções audiovisuais de TV e Cinema.

## 2 A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

A palavra “produção” apresenta diversas definições, não apenas entre as diferentes áreas do conhecimento, mas também dentro do próprio segmento audiovisual. Pode-se dizer que é um termo multidisciplinar e polissêmico. Assim, para que se obtenha uma visão geral e um melhor entendimento do assunto, torna-se fundamental conhecer os significados mais atribuídos e suas variadas possibilidades de interpretação.

No sentido geral, a produção pode ser definida como o “Ato ou efeito de produzir; fabricação, manufatura [...] geração./ Coisa produzida naturalmente ou pelo trabalho; produto./ Obra literária ou artística.” (MICHAELIS, 2009, documento não paginado), ou seja, como uma atividade, processo ou produto. Já segundo Chiavenato (2005, p. 13), sob a ótica da Administração e áreas afins, a produção é um processo onde há a “[...] transformação de insumos em produtos ou serviços [...]”, isto é, existe uma matéria-prima (entrada) que, após sofrer uma transformação, dá origem a um produto (saída).

Em relação à produção voltada para TV e Cinema, Rodrigues (2007, p. 67-68) apresenta três definições: a produção vista como uma parte/etapa do processo como um todo, ao colocar que “[...] produção é o período que envolve a filmagem propriamente dita, ou seja, as filmagens em termos fotográficos e a captação de som das cenas descritas no roteiro, envolvendo os atores principais sob a supervisão do diretor.”; a produção vista como setor, “[...] departamento de execução do filme, que tem como função principal dar suporte ao diretor na execução do seu trabalho.”; e, por fim, a produção vista como um processo que “[...] se refere a tudo que envolve fazer um filme [...]”, no qual faz parte um “[...] conjunto de fases que envolvem sua preparação, passando pela filmagem propriamente dita e sua finalização até a primeira cópia do negativo aprovado.”.

O contexto abordado ao longo deste trabalho, no qual a Pesquisa está inserida, diz respeito à produção enquanto um processo que vai desde o surgimento da ideia até o produto audiovisual finalizado, sendo esse último definido como:

[...] produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão [...] (ANCINE, 2012, documento não paginado).

Nesse sentido, é fundamental compreender que, até tal produto estar finalizado, este passa por fases. Ou seja, o processo de produção audiovisual propriamente dito envolve diversas etapas, a serem discutidas e analisadas a seguir.

## 2.1 AS ETAPAS DE UMA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

A construção das etapas de uma produção audiovisual esbarra em uma divergência entre os autores da própria área, não apenas em relação aos termos utilizados para nomeá-las, mas também à forma como o processo é estruturado. De acordo com Giannasi (2007, p. 14), “[...] podemos partir do princípio que a produção cinematográfica é um processo com começo (ideia), meio (viabilização) e fim (filme pronto).”.

Collusso (2009, p. 8) destaca a importância da divisão no processo de produção, afirmando que “[...] cada atividade tem o seu momento específico para ser executada. O fato de que uma tarefa deve ser feita antes de outra é justamente para que se tenha organização e se determine uma previsão do tempo de realização do projeto.”. Delinear as etapas é essencial para o planejamento, mas é válido ressaltar que elas apenas servem de base, como um modelo básico para as produções audiovisuais, não sendo fechadas e inflexíveis, já que se trata de um processo altamente dinâmico. Pode haver mudanças dependendo do produto audiovisual a ser obtido e até mesmo do meio de comunicação que vai atuar como canal no projeto, o que pode explicar a dificuldade em se definir um modelo. Nesse sentido, de modo a possibilitar uma reflexão acerca das estruturas já propostas por diferentes pesquisadores, em épocas distintas e, conseqüentemente, aguçar o senso crítico do leitor, é importante que se apresente os diversos pontos de vista existentes na área.

Rabley (1990, p. 16 apud CORDEIRO, 2000, p. 56-57)<sup>2</sup> divide o processo de produção nas seguintes etapas e atividades: “[...] ideia, texto, recursos financeiros, pré-produção, produção, pós-produção, lançamento/marketing, comercialização.”. Cordeiro (2000, p. 57) comenta que concorda com este esquema, “[...] embora haja autores que colocam também em pré-produção a idéia, o texto e os recursos financeiros [...]”. Já Simon (1980, p. 140 apud CORDEIRO, 2000, p. 58)<sup>3</sup>, apresenta etapas diferentes embora com conteúdos semelhantes: “Projeto – Financiamento – Filmagem (produto) – Distribuição –

<sup>2</sup> RABLEY, Stephen. **The cinema dossier**. Singapore: Macmillan, 1990.

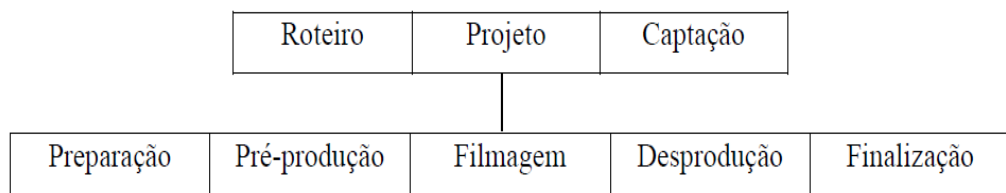
<sup>3</sup> SIMON, Jean-Paul. Institution cinématographique. In: COLLET, Jean et al. **Lectures du film**. Paris: Albatros, 1980.

Exploração – Consumo.”. Percebe-se então que, para alguns autores, o processo de produção abrange funções que sucedem o produto audiovisual pronto.

Ao contrário destes, Giannasi (2007, p. 25) sistematiza a produção em: “[...] viabilização do filme e captação de recursos – pesquisa e roteirização – preparação – filmagens – desprodução – montagem – edição de som e mixagem – finalização.”, a enxergando “[...] como um processo de transformação, desde a ideia inicial até o momento que o filme esteja pronto.” (GIANNASI, 2007, p. 14). Nodari (2012, p. 2) fala em projeto audiovisual, e o estrutura a partir das seguintes etapas: “[...] ideia, argumento, pesquisa, roteiro, pré- produção, produção, montagem, finalização e lançamento [...]”.

Para Rodrigues (2007), o processo começa com a leitura do roteiro que, quando aprovado, leva à preparação de um projeto. A partir disso, inicia-se uma captação de recursos que o viabilizem. Após essa fase, tem-se a fase operacional, dividida em cinco etapas: preparação, pré-produção, filmagem, desprodução e finalização (Figura 1).

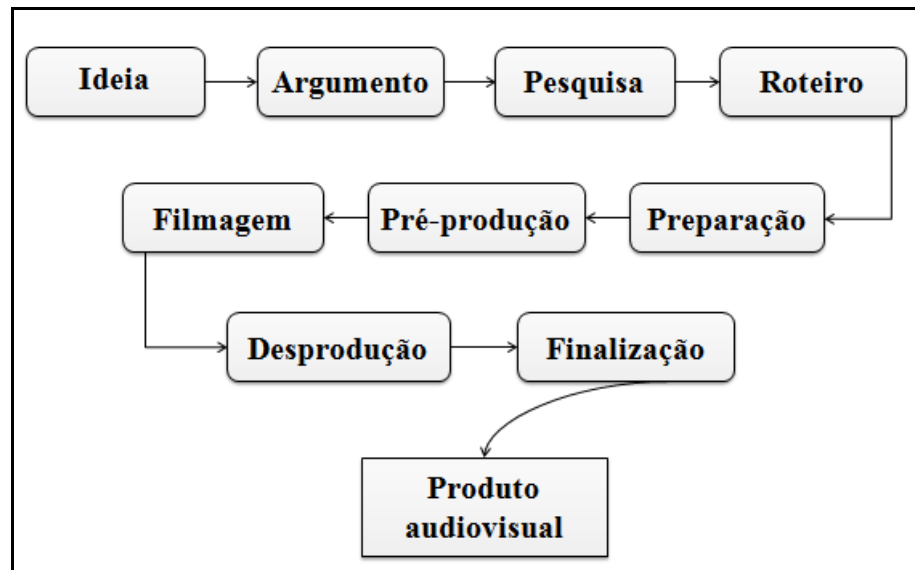
Figura 1 – Etapas da produção audiovisual



Fonte: Rodrigues (2007, p. 105).

Foi adotado no presente trabalho que a produção faz parte do tripé de um projeto audiovisual, em que se tem: produção – distribuição – exibição. Assim, distribuição e exibição não fazem parte do processo, sendo consideradas etapas posteriores que permitem, respectivamente, que o produto chegue ao canal de comunicação e tenha seu conteúdo transmitido de fato ao espectador. Definem-se aqui como etapas de uma produção audiovisual: ideia, argumento, pesquisa, roteiro, preparação, pré-produção, filmagem, desprodução e finalização (Figura 2).

Figura 2 – Etapas e caminho da produção audiovisual de TV e Cinema



Fonte: Elaborado pela autora com base em Giannasi (2007), Nodari (2012) e Rodrigues (2007).

### 2.1.1 Ideia

A ideia representa o começo, o ponto de partida de um processo de produção audiovisual. É a ideia que provoca a vontade de relatar algo. Ela pode ser considerada uma matéria-prima que, após sofrer uma transformação, dá origem a um produto audiovisual. Rodrigues (2007, p. 49) coloca que “Um filme, seja ele longa-metragem, curta-metragem, documentário, videoclipe ou publicitário, nasce a partir de uma idéia.”.

Comparato (1983, p. 38) define ideia como sendo “[...] um processo mental oriundo da imaginação.”. Assim, quando se pensa no volume de pensamentos, experiências e influências com o qual o ser humano se depara todos os dias, em diferentes contextos e momentos, percebe-se que uma ideia pode ser originada pelos mais variados motivos e meios. Segundo Cordeiro (2000, p. 59):

A ideia – tema a ser desenvolvido em um argumento ou roteiro – pode ser o resultado da leitura de um artigo/notícia de jornal; observações do cotidiano; adaptações de várias fontes, sejam documentárias ou não, tais como as literárias (peças, romances, contos, poemas); experiências da vida real/fatos reais; músicas; trechos de livros, cenas de filmes e outros.

O roteirista Lewis Herman, citado por Comparato (1983), construiu um “Quadro de Idéias”, no qual tenta categorizar seis possíveis fontes de ideias.<sup>4</sup> São elas:

- a) ideia selecionada: proveniente da memória ou vivência pessoal;
- b) ideia verbalizada: surge de algo que se ouve, daquilo que nos é contado;
- c) ideia lida: surge no momento da leitura de um livro, revista, jornal, folheto;
- d) ideia transformada: surge através de uma ficção, de um livro, de um filme, de uma peça de teatro. Difere de um plágio ou adaptação, pois se entende que o material atua como fonte de inspiração e, assim, o autor pega apenas a ideia e a transforma;
- e) ideia solicitada: surge sob encomenda. Alguém sugere/encomenda um roteiro com uma ideia já “fechada”;
- f) ideia pesquisada: tem origem mediante pesquisa acerca do tema e tipo de filme que está em falta no mercado, de modo a preencher uma lacuna temática.

Nesse sentido, fica claro que uma ideia pode surgir a qualquer momento e em qualquer situação, mas transformá-la e traduzi-la em imagens e sons é um processo longo que exige um bom conhecimento do conteúdo que se pretende transmitir. Conforme Rodrigues (2007, p. 49) ressalta, “Ter uma boa idéia é apenas o início de um processo que exige muito esforço e insistência.”. Desse modo, é preciso pensar em como tornar possível essa transposição para o audiovisual.

### 2.1.2 Argumento

O argumento é a ideia resumida em poucas linhas, sendo considerada uma etapa na elaboração do roteiro. Segundo Campos (2007, p. 13), “O resumo da estória que se vai narrar num roteiro, o cinema chama de ‘argumento’ e a TV, de ‘sinopse’ [...]”.

De acordo com Comparato (1983, p. 59), argumento é “[...] o resumo da estória que pretendemos roteirizar [...] e deve conter as seguintes informações: 1 – Temporalidade; 2 – Localização; 3 – Percurso da ação; 4 – Perfil do Personagem (Protagonista)”. Para Rodrigues (2007, p. 52), o argumento representa “[...] o conjunto de idéias que formarão o roteiro. Com as ações definidas em sequências, com as locações, personagens e situações dramáticas com pouca narração e sem os diálogos.”. Cordeiro (2000) comenta que existe uma divergência na

---

<sup>4</sup> Comparato (1983) não indica a obra de Lewis Herman da qual o “Quadro de Idéias” foi retirado. O roteirista e seu quadro são muito citados por diversos outros autores. No entanto, nenhum deles apresenta a referência bibliográfica. O que se sabe é que o roteirista norte-americano criou o quadro de modo a auxiliar profissionais com dificuldades de criação a entenderem o próprio processo.

literatura de cinema e nos documentos filmográficos<sup>5</sup> em relação aos elementos que devem estar presentes em um argumento, mas coloca que as linhas gerais da história<sup>6</sup> contendo pistas dos acontecimentos e personagens são tidos como pontos comuns entre os autores.

Apesar de qualquer desacordo, é consenso afirmar que através do argumento é possível avaliar se um projeto é viável ou não e, assim, tomar a decisão de levá-lo à frente e transformá-lo em realidade. Comparato (1983, p. 60) ressalta essa questão ao colocar que: “Com um argumento pronto, as viabilidades de produção, mercadológicas, artísticas e autorais, poderão ser analisadas.”. Desse modo, é fundamental que o argumento esteja bem fundamentado e que os elementos estejam apresentados de forma clara, facilitando também o desenvolvimento do roteiro, já que após a aprovação do argumento, o roteirista escreve o roteiro final, que contém as cenas, ações e diálogos detalhados (RODRIGUES, 2007).

### 2.1.3 Pesquisa

De maneira geral e objetiva, uma pesquisa pode ser definida como o levantamento e reunião de informações acerca de determinada questão ou temática. Quando inserida em produções audiovisuais de TV e Cinema, pode desempenhar diferentes funções em diferentes momentos.

Esta subseção trata da Pesquisa enquanto terceira etapa do processo de produção audiovisual. Além disso, a Pesquisa pode servir também de base para outras etapas, sendo estas, principalmente, as etapas de roteiro e de preparação. Pode-se dizer que contribui, assim, para a elaboração do roteiro, bem como para a construção da identidade visual da obra. Tais atuações específicas serão melhor retratadas nas subseções das respectivas etapas (seções 2.1.4 e 2.1.5).

Volta-se a frisar que a presença da Pesquisa não se restringe a apenas esses estágios da produção audiovisual. Conforme menciona Cordeiro (2000, p. 58-59, grifo do autor),

Um trabalho de *pesquisa* deve ser atrelado a todas as atividades de elaboração de um filme e à conseqüente geração de documentos. Essa pesquisa pode ter o objetivo de desenvolver o roteiro (por ex. as situações/acontecimentos); cenografia; figurino; interpretação do personagem e outros aspectos.

---

<sup>5</sup> Documentos filmográficos se referem a documentos produzidos para o filme, gerados durante a sua produção, como o próprio argumento, o roteiro e sua análise técnica, os planos de filmagem, as ordens do dia etc.

<sup>6</sup> Alguns autores utilizam o termo “história”, enquanto outros fazem uso do termo “estória”. Ao longo do presente trabalho, foi adotado que o termo a ser utilizado será aquele empregado pelo autor a quem se faz menção.

Sobre essa questão do alcance, Puccini (2010) também ressalta que a Pesquisa pode se estender por todo o processo de pré-produção e filmagem, contribuindo sempre com novos dados para o filme. Percebe-se então que pode desempenhar diferentes papéis, o que confirma a estrutura dinâmica das produções audiovisuais.

Conforme citado na seção 2.1.1, a Pesquisa pode gerar uma ideia. Ao mesmo tempo, a Pesquisa pode também aparecer depois da ideia formada. Isso devido à necessidade de familiaridade com o assunto a ser desenvolvido, ou seja, com o intuito de descobrir o que existe por trás daquela ideia.

Quando pode expressar sua idéia sucintamente em termos de ação e personagem, quando pode expressá-la como um substantivo - minha história é sobre esta pessoa, neste lugar, vivendo sua “coisa” - você está começando a preparação do seu roteiro. O próximo passo é expandir o seu assunto. Materializar as ações e concentrar no personagem amplia o enredo e acentua os detalhes. (FIELD, 2001, p. 21).

É nesse momento que a Pesquisa atua como etapa do processo de produção, antes de o roteiro começar a ser de fato elaborado, desempenhando o papel de uma pesquisa preliminar. Nodari (2012, p. 3) esclarece de qual forma pode se passar de uma ideia para a escrita do roteiro: “A resposta está na pesquisa. Não há roteiro sem pesquisa. Mas de que tipo de pesquisa estamos falando? Pesquisa do tema, mergulho no objeto escolhido para ser retratado num projeto audiovisual.”.

Segundo Field (2001, p. 23), “Uma vez escolhido o assunto [...] você pode começar a pesquisa preliminar. Determine aonde você pode ir para aumentar seu conhecimento sobre o assunto.”. Rodrigues (2007, p. 49) reforça essa ideia ao mencionar que “[...] é necessário conhecer o assunto (fazer pesquisas), ter uma ideia clara do que se quer dizer [...]”. Watts (1990, p. 27) segue nessa mesma linha de pensamento ao mencionar que:

Como produtor, você deve, evidentemente, ter conhecimentos sobre o tema em que você estará baseando o seu programa. Isto não quer dizer que você precise saber tanto ou mais do que um especialista. Mas você necessita saber o suficiente para ser capaz de decidir o que colocar e o que não colocar no programa.

Field (2001, p. 24) exemplifica:

Se você está escrevendo uma história sobre um corredor de bicicleta, por exemplo, que tipo de corredor ele é? De curta ou longa distância? Onde acontece a corrida de ciclistas? Onde você quer estabelecer sua história? Em que cidade? Existem diferentes tipos de corrida ou circuitos de corrida? Associações e



clubes? Quantas competições acontecem ao longo do ano? E as competições internacionais? Isso afeta a história? O personagem? Que tipos de bicicletas eles usam? Como se tornar um corredor de bicicleta? Estas questões devem ser respondidas antes que você comece a colocar palavras no papel.

Assim, ao conhecer o assunto através da Pesquisa, torna-se possível expandir a sua ideia inicial, desenvolver o argumento e elaborar o roteiro. Campos (2007, p. 378, grifo do autor) orienta: “[...] antes de narrar [...] preste atenção e faça pesquisa. **Você só pode escrever sobre o que conhece.**”.

Muita gente começa a escrever com apenas uma idéia vaga e informe na cabeça. Isto funciona por cerca de 30 páginas e então desaba. Você não sabe o que fazer a seguir, ou aonde ir, e fica irritado e confuso e frustrado, e desiste [...] Lembre-se: quanto mais você sabe, mais pode comunicar. (FIELD, 2001, p. 22).

Quanto ao processo de Pesquisa em si, deve-se buscar em diversas fontes, presentes nos mais diversos locais/ ambientes. Tudo vai depender do que está sendo pedido. Isso se aplica não apenas à Pesquisa enquanto etapa, mas também àquela que dá suporte para outras fases. Watts (1990, p. 29) descreve como pode ocorrer o processo:

Como pesquisar? A resposta é: de todas as maneiras possíveis. Leia tudo o que puder sobre o assunto. Telefone para gente que possa informar, vá e converse com elas pessoalmente, se parecerem interessantes. Pergunte a seus e amigos para ver se eles conhecem alguém. Visite locais e exposições. Pesquisa o assunto na biblioteca. Veja programas antigos sobre o tema. Pense, use a imaginação e discuta seu tema com qualquer pessoa que queira ouvi-lo. Esteja aberto a novas ideias – pesquisa deve ser uma experiência agradável e esclarecedora, não uma busca desesperada por material que apoie suas opiniões preconcebidas [...] Se você dispuser de um pesquisador, raciocine em seqüências visuais, faça com ele as partes mais importantes da pesquisa e divida as tarefas restantes, comparando as anotações posteriormente.

Independentemente da forma como se dá a Pesquisa, é inegável a sua importância em um processo produtivo. É a Pesquisa que vai servir de base e apoio ao que se visa transmitir. Conforme coloca Field (2001, p. 41), “O resultado final de todo o seu trabalho, pesquisa, preparação e tempo de reflexão serão personagens verdadeiros, vivos e verossímeis; gente verdadeira em situações reais.”.

## 2.1.4 Roteiro

Com a pesquisa preliminar e a ideia mais desenvolvida, pode-se começar a escrita do roteiro. Este pode ser definido como “[...] uma história contada com imagens, expressas

dramaticamente em uma estrutura definida, com início, meio e fim, não necessariamente nessa ordem.” (RODRIGUES, 2007, p. 50). Para Comparato (1983, p. 15), “Roteiro é a forma escrita de qualquer espetáculo áudio e/ou visual. Isto se aplica a espetáculos de teatro, cinema, televisão, rádio etc.”. Já para Campos (2007, p. 328), “Roteiro é o esboço de uma narrativa que será realizada através de imagens e sons numa tela de cinema ou tv.”. De acordo com Field (2001, p. 11-12, grifo do autor),

O roteiro é uma história contada em imagens, diálogos e descrições, localizada no contexto da estrutura dramática. O roteiro é como um *substantivo* — é sobre uma *pessoa*, ou pessoas, num *lugar*, ou lugares, vivendo sua “*coisa*”. Todos os roteiros cumprem essa premissa básica. A pessoa é o personagem, e viver sua coisa é a ação.

É fundamental que se pense no roteiro por meio de imagens, já que o texto será filmado (CORDEIRO, 2000).

No cinema, a imagem é tão importante que alguns produtores chegam a afirmar que um bom roteiro é aquele que narra a sua estória sem o uso de fala — a fala viria como acessório das informações contidas na imagem. É nesse sentido que alguns professores de roteiro recomendam: “Pense visualmente.”. (CAMPOS, 2007, p. 189).

Assim, durante a elaboração do roteiro, é preciso pensar em ações, cenas e personagens que possam ser transpostos para o formato audiovisual. As palavras ali escritas precisam sair do papel e se tornar imagem e som.

Filmes são um meio visual e a responsabilidade o escritor é escolher uma imagem que dramatize cinematograficamente o seu personagem, você pode criar uma seqüência de diálogo num pequeno e abafado quarto de hotel, ou fazer a cena acontecer numa praia. Um é visualmente fechado; o outro é visualmente aberto e dinâmico. É a sua história, sua escolha. (FIELD, 2001, p. 31).

Conforme coloca Campos (2007), se há um tema principal a ser abordado, esse deverá ser materializado em um ou mais personagens. É o personagem que, através de sua personalidade e suas ações, vai indicar/ apontar o que se deseja mostrar. Da mesma forma, “Se você conhece a ação e o personagem de seu roteiro, pode definir a necessidade do personagem e então criar obstáculos para realizar essa necessidade.” (FIELD, 2001, p. 25). Nesse sentido, escrever um roteiro é construir uma estória.

Sobre a estrutura do roteiro, Field (2001, p. 17) explica que essa pode ser definida como “[...] uma organização linear de incidentes, episódios ou eventos interrelacionados que conduzem a uma resolução dramática.”. Cordeiro (2000, p. 64) coloca que:

Um roteiro pode conter os seguintes elementos: a história desenvolvida em forma de diálogos; a divisão em seqüências e a ação, em cada uma delas, onde são revelados os movimentos dos personagens (posições e movimentos de câmeras); os detalhes do cenário; o figurino; os efeitos especiais etc.

Alguns elementos que vão entrar no roteiro precisam ser pesquisados durante a elaboração do mesmo.

São elementos de estória, entre outros, os personagens e suas ações, os incidentes que eles geram ou vivenciam, as situações que os reúnem, os lugares pelos quais transitam, os objetos, os sons emitidos (mas não os acidentais), as falas e vozes emitidas [...] Elementos de estória, como o nome indica, pertencem ao âmbito da estória. (CAMPOS, 2007, p. 97).

Assim, é neste sentido que a Pesquisa fundamenta a etapa. “Saber pouco sobre o que escreve, além de travar a fluência da narrativa, turva a autenticidade das ações dos seus personagens [...]” (CAMPOS, 2007, p. 376). Conforme Field (2001, p. 28-29) expressa: “Escrever é a habilidade de perguntar-se e obter respostas [...] Você faz perguntas e obtém respostas.”.

Você aborda o roteiro com uma idéia, um assunto, uma ação e personagem, e depois trama o enredo que vai dramatizá-lo. Uma vez que tenha o enredo básico [...] você o expande; pesquisa, cria personagens, faz biografias dos personagens, entrevista pessoas se necessário, coleta todos os fatos e informações dispersas que constroem e dão apoio à sua história [...] Os fatos *dão apoio* à história num roteiro [...] Ao escrever um roteiro, você vai do geral para o particular; primeiro encontra a história, depois coleta fatos. (FIELD, 2001, p. 183, grifo do autor).

O roteiro detalha, de maneira escrita, o que vai ser transmitido posteriormente através da linguagem audiovisual. Todos os seus elementos apresentam uma relação, uma conexão entre si. Não há nada escrito ao acaso. Field (2001, p. 15) menciona que “Todo drama é conflito. Sem conflito não há personagem; sem personagem, não há ação; sem ação, não há história; e sem história, não há roteiro.”. E conforme salienta Campos (2007, p. 378), “Ao compor um roteiro, você cria e dá trânsito a realidades e conceitos que serão recebidos por muitas pessoas; você exerce uma responsabilidade social vasta e profunda.”.

### 2.1.5 Preparação

Existe uma divergência entre autores da área no que se refere a esta etapa. Muitos a “pulam” e colocam a pré-produção após a elaboração do roteiro. Conforme menciona Giannasi (2007, p. 26), “O termo consagrado pelo mercado e entre os técnicos para esta etapa é o de ‘pré-produção’”. Entende-se aqui, ao colocar a preparação enquanto etapa, que essa representa uma preparação verdadeiramente, uma fase de levantamento de necessidades antes de as escolhas serem efetivadas na pré-produção que antecede as filmagens.

Com o roteiro em mãos, cada departamento envolvido na produção faz uma análise técnica/ decupagem, através de uma leitura minuciosa do documento. A partir disso, cada setor identifica quais as próprias necessidades naquela produção audiovisual (informação verbal)<sup>7</sup>. Segundo Giannasi (2007, p. 26), “É durante a preparação que as principais decisões serão tomadas: as tecnologias utilizadas [...] Também são tomadas as decisões em relação a elenco e ao projeto da direção de arte. Todas as ações futuras serão consequência dessas decisões.”.

O presente estudo tem o intuito de abordar, na etapa de preparação, justamente a Pesquisa voltada para a arte, pois é esta que vai auxiliar na construção visual do produto audiovisual, contribuindo para a imersão do espectador e a sua experiência sensorial. Isso inclui, por exemplo, a composição do figurino e do cenário. Para tanto, conforme explicam Madeira e Epifanio (2013), a leitura do roteiro deve ser analisada artística e tecnicamente, observando-se o seu estilo, o local de ação e a época, as características físicas e psicológicas dos personagens, dentre outros elementos. A partir da decupagem do texto, que vai resultar em um resumo cena a cena com indicações sobre os personagens, o local, situações cênicas etc., é possível iniciar a busca por referências visuais e textuais para compor a obra.

Tudo o que aparece visualmente em um produto audiovisual pode contar uma história, e boa parte desse processo é tomada pela Pesquisa. Dessa forma, é possível expressar uma ideia/ visão, desenvolver um personagem e suas ações, indicar a atmosfera do universo ali apresentado etc. O figurino pode contar a história em silêncio (informação verbal)<sup>8</sup>.

Segundo Field (2001, p. 31), “Imagens revelam aspectos do personagem.”. Isso reforça ainda mais a importância da Pesquisa, ao tornar possível, nesta etapa, a transposição do texto escrito para o audiovisual. A forma como o personagem aparece em cena pode

---

<sup>7</sup> Informação verbal fornecida durante curso de Produção frequentado pela autora entre os meses de março e junho de 2015, na Academia Internacional de Cinema.

<sup>8</sup> Informação verbal fornecida durante workshop de figurino realizado no Festival do Rio, em outubro de 2015, ministrado pela figurinista Farnaz Khaki-Sadigh.

indicar muitas características do mesmo, como o humor, a idade, a época em que vive, a sua localização, por exemplo. Não apenas através do figurino, mas também da composição estética do cenário, que vai influenciar no ambiente e, conseqüentemente, na percepção do espectador (informação verbal)<sup>9</sup>.

Para Rodrigues (2007, p. 106), “A preparação é a parte mais importante de um filme. Nessa fase, fazemos um levantamento minucioso de tudo que será necessário para que o filme seja feito de acordo com a visão e as necessidades do diretor.”. O autor deixa claro que, no entanto, ainda não há, nesse momento, a formalização de compromissos.

Ainda segundo Rodrigues (2007, p. 106-107), “A fase de preparação envolve: a) administração; b) locações; c) decupagem de direção; d) roteiro técnico; e) análise técnica de direção; f) cronogramas; g) decupagens diversas; h) orçamento definitivo.”. Portanto, nesta fase, o projeto é dimensionado e suas necessidades são listadas e administradas.

### **2.1.6 Pré-produção**

Alguns autores e profissionais consideram a pré-produção englobando todas as etapas anteriormente descritas. Considera-se aqui que, nesta etapa, a escolha das opções provenientes do levantamento realizado na preparação é oficializada.

Nessa fase, contrata-se tudo que foi pesquisa na fase anterior. Alugar estúdio; reserva de estúdios de filmagem, cartas de autorização e contratação das locações, atores, equipe técnica e equipamento técnico e confecção dos figurinos e demais itens da produção; fazer visitas finais às locações; cartas de autorização etc. (RODRIGUES, 2007, p. 109).

Assim, a pré-produção é o momento em que as contratações são efetivadas. Pode-se seguir então para a parte prática: as filmagens.

### **2.1.7 Filmagem**

Essa etapa trata da filmagem propriamente dita. Tudo o que foi visto e planejado até então é colocado em prática, sendo realizada a checagem dos itens selecionados nas etapas anteriores. Pode-se dizer que a filmagem é a ação de filmar. Campos (2007, p. 13) menciona que “[...] a ação de registrar imagens, o cinema chama de ‘filmar’ e a TV, de ‘gravar’ [...]”.

---

<sup>9</sup> Informação verbal fornecida durante workshop de figurino realizado no Festival do Rio, em outubro de 2015, ministrado pela figurinista Farnaz Khaki-Sadigh.

Conforme pontua Rodrigues (2007), nessa fase ocorrem as gravações em termos fotográficos e a captação de som das cenas que haviam sido descritas no roteiro. Há, portanto, o envolvimento dos atores principais, que ficam sob a supervisão do diretor. De acordo com Cordeiro (2000, p. 28), “[...] na etapa de filmagem são usados métodos que dizem respeito ao olhar do cineasta sobre a imagem-objeto de filmagem e que terão, como resultado, o que é visto na tela.”.

Assim, a câmera começa a agir e a registrar uma história, antes presente apenas no papel. É a partir daí que o produto audiovisual começa a ganhar forma.

### **2.1.8 Desprodução**

Após as filmagens, muitos itens começam a ser devolvidos. Segundo Rodrigues (2007, p. 110), “Normalmente a maioria dos itens a serem desproduzidos vai sendo devolvida após as filmagens a cada dia [...] Nesta fase a equipe já foi liberada restando somente as pessoas necessárias para a devolução do material usado na filmagem.”.

A desprodução trata, portanto, da devolução do material concedido para as filmagens. Envolve a desmontagem do cenário, retirada e devolução de objetos de cena, devolução da locação ao proprietário, dentre outros.<sup>10</sup>

Esse retorno aos fornecedores precisa ocorrer de forma adequada, garantindo a integridade do material. Há ainda os casos em que a construção e a composição de um cenário dependem da desconstrução de outro, anterior a ele, na mesma locação. Além disso, no caso do uso de objetos doados/ dados, é preciso decidir qual fim devem levar: se devem ser doados ou se devem passar a fazer parte do acervo da produtora ou profissional envolvido. Nesse sentido, esta é uma etapa que exige muito cuidado e atenção vindos da equipe (informação verbal)<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Através de informação verbal fornecida durante curso de Produção frequentado pela autora, na Academia Internacional de Cinema, entre os meses de março e junho de 2015, pode-se dizer que objetos de cena são os objetos usados na composição e decoração de um cenário. Já a locação é o local utilizado para a filmagem de uma ou mais cenas do roteiro.

<sup>11</sup> Informação fornecida durante curso de Produção frequentado pela autora, na Academia Internacional de Cinema

### 2.1.9 Finalização

Essa é a etapa que antecede o produto audiovisual finalizado. O material gravado, tanto som como imagem, é melhorado, tratado para que possa chegar ao público. Entra-se em um campo mais técnico. Conforme explica Salles (2008, p. 60),

Entende-se por finalização toda a etapa posterior à produção de um filme, ou seja, após ter sido rodado. Ela começa teoricamente na própria edição do filme, mas alguns autores consideram a finalização apenas o processo posterior à edição. Atualmente, com os sistemas químicos e eletrônicos mesclando-se, as etapas de finalização variam muito, em termos de qualidade, preço e meios de veiculação/distribuição.

Com o término da fase de finalização, o produto audiovisual está pronto e a produção audiovisual propriamente dita chega ao fim. A partir disso, têm-se então os processos de distribuição e exibição/ veiculação, que permitem que o produto chegue até o espectador.

Percebe-se, com isso, que a construção do produto audiovisual é um processo longo, que envolve desde o desmembramento de uma ideia até sua total transformação para a linguagem audiovisual. Isso requer, acima de tudo, o aprofundamento sobre a mensagem que se deseja transmitir.

A Pesquisa em produções audiovisuais de TV e Cinema é capaz de fornecer justamente o embasamento necessário para a criação de uma obra consistente, rica em elementos verossímeis e, principalmente, em elementos que permitem a inserção daquele que consome o produto audiovisual. Nesse sentido, estudar a informação, que é a “unidade” de qualquer pesquisa, é fundamental para entender o processo. E, mais importante, é enxergar a informação sob o ponto de vista do paradigma social, pois a Pesquisa aplicada às produções audiovisuais é influenciada a todo instante pelo contexto histórico, político e social, tanto da realidade em que se vive como daquela que se deseja retratar no produto audiovisual.

### 3 CICLO INFORMACIONAL

Esta seção destina-se a explicar como se dá o ciclo informacional sob a ótica da Ciência da Informação, servindo de base para que mais à frente seja aplicada ao processo de Pesquisa nas produções audiovisuais de TV e Cinema. Para tanto, está dividida em duas subseções: a primeira apresenta um panorama a respeito das diferentes perspectivas sob as quais a informação pode ser vista; já a segunda trata do ciclo informacional propriamente dito, tendo como base o paradigma social da informação.

#### 3.1 A INFORMAÇÃO E OS PARADIGMAS DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Conceitos são formados e se desenvolvem de acordo com os contextos aos quais estão inseridos, acompanhando a evolução dos paradigmas. É o caso da informação, que sob a ótica da Ciência da Informação pode ser definida com base em três diferentes aspectos, sendo estes, segundo Capurro (2003), o paradigma físico, o paradigma cognitivo e o paradigma social.

O paradigma físico tem relação com a Teoria Matemática da Comunicação, proposta por Shannon e Weaver em 1949. Como o próprio nome sugere, sob essa perspectiva a informação é vista como um objeto físico, transmitido de um emissor para um receptor (CAPURRO, 2003). A informação é então tratada como um produto ou “pacote” que pode ser passado para um receptor, que por sua vez atua como um agente passivo no processo de comunicação.

O paradigma cognitivo é mais voltado para o fenômeno da cognição humana. Aquele que antes era tido como um receptor passivo agora passa a ser visto como “[...] sujeito cognoscente possuidor de ‘modelos mentais’ do ‘mundo exterior’ que são transformados durante o processo informacional.” (CAPURRO, 2003, documento não paginado). Isso quer dizer que nesse processo pode existir a construção de conhecimento na mente daquele que recebe a informação.

Já o paradigma social relaciona a informação com o contexto sociocultural ao qual diferentes grupos estão inseridos. De acordo com Capurro (2003, documento não paginado), “Só tem sentido falar de um conhecimento como informativo em relação a um pressuposto conhecido e compartilhando com outros, com respeito ao qual a informação pode ter o caráter de ser nova e relevante para um grupo ou para um indivíduo.”.



Hjørland (2002 apud MARCIAL et al., 2007)<sup>12</sup> coloca que, numa visão cognitivista, as necessidades informacionais são consideradas como algo vindo de dentro do indivíduo, apenas. Já pensando através de uma abordagem cognitiva e social, as necessidades são geradas por fatores sociais e culturais, ou seja, vem de fora para dentro. Desse modo, pensa-se no indivíduo enquanto um ser inserido em uma sociedade, e não um indivíduo isolado que não sofre influência do meio em que vive. O autor ressalta a importância dessa visão sócio-cognitiva, que enxerga o conhecimento do indivíduo numa perspectiva histórica, cultural e social desenvolvidas historicamente, culturalmente, socialmente e cientificamente.

Frohmann (1992 apud MARCIAL et al., 2007)<sup>13</sup> também critica o paradigma cognitivo, voltado para a racionalidade, e coloca que essa ótica restringe a potencialidade da Ciência da Informação, já que delimita as atividades informacionais aos processos mentais internos, não considerando o mundo exterior. Isso não condiz com a realidade, tendo em vista que os indivíduos são influenciados a todo o momento pelo meio no qual estão inseridos. Ainda segundo Frohmann (1992 apud MARCIAL et al., 2007, p. 6):

[...] o paradigma cognitivo pauta-se em um individualismo radical, o qual elimina o campo social na construção das imagens. Nesse contexto, [...] segundo esse paradigma, o mundo interior é o real, o verdadeiro e o essencial, porque nesse lugar repousa a pulsação do coração da identidade individual.

Diante disso, adotou-se no presente estudo uma visão da informação sob a ótica do paradigma social aliado ao cognitivo, pois entende-se aqui esse objeto de estudo enquanto “[...] um processo de criação de significado pelos indivíduos e/ou por grupos de indivíduos, com base em seus conhecimentos prévios e compartilhados.” (PEREIRA; MORIGI, 2013, p. 15-16), podendo ser estudado como uma construção social, contextual e coletiva.

### 3.2 O CICLO INFORMACIONAL: NECESSIDADE, BUSCA E USO

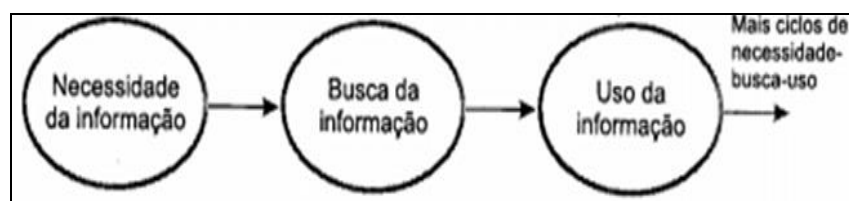
O ciclo informacional é um processo composto de três fases: a necessidade, a busca e o uso da informação (Figura 3). Envolve, portanto, desde o momento em que se percebe uma necessidade de informação, passando pelo processo de busca – que envolve a definição de

<sup>12</sup> HJØRLAND, Birger. Epistemology and the socio-cognitive perspective in Information Science. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, [S.l.], v. 53, n. 4, p. 257-270, Feb. 2002.

<sup>13</sup> FROHMANN, Bernd. The power of images: a discourse analysis of cognitive viewpoint. **Journal of Documentation**, [S.l.], v. 48, n. 4, p. 365-386, Dec. 1992.

fontes de informação e estratégias de busca –, até chegar a seu uso de fato. Essas etapas “[...] ocorrem em ciclos recorrentes, que interagem sem ordem predeterminada [...]” (CHOO, 2003, p. 111). Reforçando essa ideia, Morigi, Semensatto e Binotto (2006, p. 196) descrevem que o ciclo informacional é “[...] dinâmico, não possui início e nem fim, está sempre se auto-alimentando continuamente através dos processos interativos e intercâmbios comunicativos que envolvem as necessidades de produção, transmissão e uso da informação.”.

Figura 3 – O ciclo informacional



Fonte: Choo (2003, p. 114).

Sendo a informação aqui entendida como uma construção social, contextual e coletiva, o ciclo informacional deve ser estudado sob essa perspectiva, tendo em vista que indivíduos dos mais variados contextos socioculturais, com seus respectivos conhecimentos individuais e coletivos, serão participantes do processo.

Conforme ressalta Pereira e Morigi (2013, p. 7), se torna cada vez mais necessário entender, “[...] a partir dos contextos cognitivos, emocionais, situacionais e socioculturais que envolvem a busca, a comunicação e o uso de informação, como os usuários se apropriam e reelaboram os significados informacionais.”. Afinal, enquanto sujeitos sociais, transmitem, processam e usam a informação de maneiras diferentes, através da produção de significados distintos.

### 3.2.1 A necessidade da informação

Segundo Choo (2003, p. 112), “A necessidade de informação se filtra pelos vários níveis de consciência do indivíduo, do visceral ao consciente e ao formal. Pode começar com o indivíduo tendo uma vaga sensação de inquietude sobre seu grau de conhecimento ou compreensão de uma situação.”. Conforme Wilson (1994 apud CHOO, 2003, p. 99)<sup>14</sup> explica,

<sup>14</sup> WILSON, Tom D. Information needs and uses: fifty years of progress. In: VICKERY, Brian C. (Ed.). **Fifty years of information progress: a Journal of Documentation review**. London: Aslib, 1994. cap. 1, p. 15-51.

As necessidades de informação são muitas vezes entendidas como as necessidades cognitivas de uma pessoa: falhas ou deficiências de conhecimento ou compreensão que podem ser expressas em perguntas ou tópicos colocados perante um sistema ou fonte de informação. Satisfazer uma necessidade cognitiva, então, seria armazenar a informação que responde ao que se perguntou. Entretanto, como se busca e usa a informação em situações sociais, a informação tem de satisfazer não apenas necessidades cognitivas, mas também necessidades afetivas ou emocionais.

Ser capaz de identificar a necessidade informacional é o primeiro passo para que se chegue, através da busca, a uma solução da questão/ problema levantado. Le Coadic (1996, p. 39-40) coloca que tal necessidade pode surgir “[...] oriunda da vida social, exigência de saber, de comunicação [...]”, devido à “[...] existência de um problema a resolver, de um objetivo a atingir e a constatação de um estado anômalo de conhecimento, insuficiente, ou inadequado [...]”.

Quando a necessidade informacional surge, precisa ser expressa de alguma forma. A partir desse momento, passa a ser decisiva para a busca e a recuperação da informação (ARAÚJO JÚNIOR, 2007), pois ali serão definidos os próximos passos a serem tomados, sobretudo no que diz respeito às fontes utilizadas, estratégias de buscas adequadas, avaliação e seleção das informações coletadas para posterior uso. Nesse sentido, é fundamental compreender que:

[...] uma análise das necessidades de informação deve responder as seguintes perguntas: Quem necessita de informação? Que tipo de informação? Para qual grupo de pessoas? Por que precisam dela? Quem decide quanto a essa necessidade? Quem seleciona? Que uso é dado ao que é fornecido? Que consequências resultam desse uso para o indivíduo, o grupo, a instituição e a sociedade em seu conjunto? (LE COADIC, 1996, p. 42-43).

Reforçando essa ideia, Choo (2003, p. 112) menciona que “[...] as necessidades de informação podem ser analisadas em termos de seus elementos cognitivos, emocionais e situacionais.”. Todos esses fatores ajudam a delimitar a necessidade propriamente dita, ajudando na sua decodificação e entendimento.

Araújo Júnior (2007, p. 67-68) divide o momento da expressão da necessidade informacional em dois: a questão inicial e a questão negociada. Segundo o autor, a questão inicial trata do momento em que “[...] a necessidade de informação será expressa por meio de uma construção lógica, moldada a partir da linguagem [...]”. Já a questão negociada “[...] representa o ajuste necessário à compreensão clara da demanda informacional.”. Sendo assim,

através da formulação e da negociação da questão colocada pode-se então definir como será realizada a etapa da busca da informação.

### 3.2.2 A busca da informação

Depois que a necessidade de informação é compreendida claramente pelo indivíduo, sendo expressa na forma de perguntas ou tópicos, pode-se então seguir para o estágio da busca (CHOO, 2003). A busca da informação é “[...] o processo pelo qual o indivíduo engaja-se decididamente em busca de informações capazes de mudar seu estado de conhecimento.” (MARCHIONINI, 1997 apud CHOO, 2003, p. 102)<sup>15</sup>. Assim sendo, pode-se dizer que se trata de “[...] uma atividade social por meio da qual a informação torna-se útil para um indivíduo ou para um grupo.” (NADAES; ANDRADE, 2010, p. 205). Ou seja, o resultado do processo de busca pode possibilitar o uso da informação posteriormente, o que abrange processos de criação de significado da informação e a sua possível apropriação.

Pode-se dizer que a finalidade da busca informacional é suprir uma necessidade ou um objetivo específico. Para tanto, a etapa envolve a definição das fontes de informação, as estratégias de busca a serem utilizadas, a avaliação e a seleção de informações. São as fontes e os canais de informação utilizados que caracterizam o processo de busca.

Conforme ressalta Choo (2006), no momento da busca são tomadas decisões sobre onde e como procurar a informação. Ainda segundo o autor, o processo de busca informacional sofre influência de fatores cognitivos, afetivos e situacionais, que, através de suas variações, vão determinar comportamentos distintos de busca vindos dos indivíduos participantes. Do ponto de vista cognitivo, há a questão da qualidade atribuída à fonte, o que leva em consideração os critérios adotados para a seleção, como credibilidade, relevância, precisão e confiabilidade; já do ponto de vista afetivo, há a relação com a motivação e interesse no problema exposto; e, por fim, sob o ponto de vista situacional, há a questão da acessibilidade e disponibilidade da fonte, relacionando-se com o tempo e o esforço para localizar e interagir com a fonte. Esse processo de seleção das fontes informacionais é de extrema importância para a etapa de busca.

A intensidade com que as fontes de informação serão vasculhadas, diferenciadas e monitoradas depende das características do meio profissional ou social do indivíduo [...] e da disponibilidade e do acesso à informação. A informação

---

<sup>15</sup> MARCHIONINI, Gary. **Information seeking in electronic environments**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

extraída responde a perguntas sobre os atributos das pessoas, objetos e fatos, sobre a maneira como eles se relacionam, e sobre as consequências e razões de ações e acontecimentos. (CHOO, 2003, p. 119).

Em relação à estratégia de busca a ser adotada, conforme coloca Araújo Júnior (2007, p. 68-69), “[...] a decisão deverá estar de acordo com a complexidade da questão [...]”, ou seja, “[...] as decisões a serem tomadas na busca e na recuperação da informação deverão apontar caminhos possíveis para o êxito na satisfação da demanda expressada, por meio de requisitos definidos na formulação e negociação da questão.”. Conforme ressalta Choo (2003), o indivíduo se sente mais seguro e confiante quando cria uma estratégia para seguir. Por isso a compreensão da necessidade expressa é fundamental para que o processo seja bem-sucedido.

Essa ideia é reforçada por Leckie, Pettigrew e Sylvain (1996 apud MARTINEZ-SILVEIRA; ODDONE, 2007, p. 121)<sup>16</sup> ao sugerirem que “[...] o nível de complexidade, o grau de importância e urgência e a condição de previsibilidade de uma necessidade podem afetar tanto o comportamento quanto a busca desta informação.”. De acordo com Crespo (2005, p. 31), o comportamento de busca se apresenta como:

[...] uma atividade complexa, que envolve vários aspectos, podendo ser analisada sob muitas formas, as quais podem apresentar alterações devido a fatores, como o direcionamento que cada área do conhecimento dá para suas pesquisas, a atividade que a pessoa exerce, em que etapa da vida profissional se encontra, entre outros. Esses fatores podem fazer com que o indivíduo utilize fontes de informação específicas e adote etapas e procedimentos diferenciados de outros indivíduos.

Pode-se analisar os comportamentos de busca através de oito categorias propostas por Choo (2006), sendo elas:

- a) o início, que se refere à pesquisa inicial, incluindo a identificação das fontes que podem vir a ser utilizadas;
- b) o encadeamento, que envolve o agrupamento das fontes após a seleção inicialmente feita e o estabelecimento de uma relação/ conexão entre as mesmas;
- c) a exploração, como o próprio termo indica, trata da exploração e aprofundamento acerca das informações coletadas;

---

<sup>16</sup> LECKIE, Gloria J.; PETTIGREW, Karen E.; SYLVAIN, Christian. Modeling the information seeking of professional: a general model derived from research on engineers, health care professionals and lawyers. **Library Quarterly**, v. 66, n. 2, p. 161-193, 1996.

- d) a diferenciação, que é o momento em que o indivíduo começa a filtrar e a selecionar o que de fato vai ser utilizado;
- e) a monitoração, que se refere ao acompanhamento das fontes para o caso de haver alguma atualização ou progresso acerca da informação ali contida;
- f) a extração, como o próprio nome sugere, está relacionada à extração do conteúdo de interesse das fontes;
- g) a verificação, que trata do processo de conferir a exatidão das informações contidas na fonte;
- h) e, por fim, a finalização, que envolve atividades referentes à procura de novas informações ou de publicações semelhante, de modo a agregar ao fim do projeto. A partir disso, a versão final do resultado pode ser preparada.

Em relação aos fatores que interferem na forma como a busca é executada, existem dois que são aplicados ao longo do processo de recuperação da informação e que ganham destaque pelos autores Leckie, Pettigrew e Sylvain (1996)<sup>17</sup>, citados por Martinez-Silveira e Oddone (2007, p. 121). São eles: as fontes de informação e o conhecimento da informação.

Pode-se definir as fontes enquanto os “[...] locais onde são procuradas as informações.”, sendo caracterizadas por assumirem vários formatos e por poderem ser acessadas por canais diversos (formais e informais). “Há fontes externas e internas, orais e escritas, pessoais e coletivas.”. Ainda segundo os autores, as tidas como mais usadas são os “[...] colegas, bibliotecas, livros, artigos e a própria experiência.”. Dependendo do profissional e das características da informação buscada, as fontes utilizadas “[...] variam, variando também a ordem em que [...] são consultadas.”. Quanto ao conhecimento da informação, este diz respeito ao “[...] conhecimento direto ou indireto das fontes, do próprio processo de busca e da informação recuperada.”. Nesse sentido, algumas variáveis envolvidas são: “[...] familiaridade ou sucesso em buscas anteriores, confiabilidade e utilidade da informação, apresentação, oportunidade, custo, qualidade e acessibilidade da informação.”. Tudo isso contribui para o sucesso da busca.

Conforme salienta Araújo Júnior (2007, p. 65), “[...] a recuperação daquilo que foi demandado deverá se aproximar, o máximo possível, desta expectativa ou demanda informacional.”. Sendo a busca considerada uma etapa dinâmica que compõe o ciclo da informação, ao produzir informações consideradas úteis e relevantes, atendendo assim a necessidade, o indivíduo interessado fica satisfeito.

---

<sup>17</sup> Ibid.

### 3.2.3 O uso da informação

O uso da informação é a última etapa do ciclo informacional. Muitas vezes, esse estágio ocorre imperceptivelmente, o que torna a sua definição ainda mais complicada. Conforme coloca Choo (2003, p. 106), “Talvez por ser uma parte subconsciente da experiência cotidiana [...]”.

Segundo Immig (2007, p. 14), o uso diz respeito à “[...] atividade fim que o indivíduo pretende exercer com a informação que obteve.”. De acordo com Le Coadic (1996, p. 39),

Usar informação é trabalhar com a matéria informação para obter um efeito que satisfaça a uma necessidade de informação. Utilizar um produto de informação é empregar tal objeto para obter, igualmente, um efeito que satisfaça a uma necessidade de informação, que esse objeto subsista (fala-se então de utilização), modifique-se (uso) ou desapareça (consumo).

Entende-se aqui que o uso se faz presente em vários momentos, se dando até mesmo na fase da necessidade e da busca informacional. Choo (2003, p. 116) explica muito bem essa questão ao colocar que, no estágio de uso,

[...] o indivíduo atua sobre a informação selecionada para, por exemplo, responder a uma questão, solucionar um problema, tomar uma decisão, negociar uma posição ou dar sentido a uma situação. O resultado do uso da informação é, portanto, uma mudança no estado de conhecimento do indivíduo e em sua capacidade de agir. Como já observamos, o uso da informação é contínuo e recorrente durante todo o processo de busca. Durante a fase de necessidade de informação, o aparecimento e a clarificação das necessidades são manifestamente uso da informação; e, mais uma vez, durante a fase de busca, o movimento entre as fontes e a seleção da informação levam em conta a informação encontrada até então no processo [...] O uso efetivo da informação encontrada depende de como o indivíduo avalia a relevância cognitiva e emocional da informação recebida, assim como de atributos objetivos capazes de determinar a pertinência da informação a uma determinada situação problemática.

Por esse motivo, muitos autores criam modelos e estudam a busca e o uso da informação sem separação entre as etapas. O uso faz parte do processo de busca, justamente porque este último envolve a definição de fontes e a seleção de informações, e, para tanto, torna-se necessário analisá-las de modo a identificar quais delas podem ser relevantes e responder de fato a questão colocada inicialmente.

O sujeito, ao fazer o uso da informação, absorvendo seu conteúdo e modificando o seu estado de pensamento, produz conhecimento e uma nova ideia é formada. Uma vez transformada, esta pode ser transmitida para outras pessoas, que fazem uso e geram uma nova

informação a ser passada para outro indivíduo, podendo vir a gerar novo conhecimento, e assim sucessivamente. O ciclo é composto justamente por essa interação dinâmica que dissemina e gera novas informações (MORIGI; SEMENSATTO; BINOTTO, 2006). No entanto, é válido ressaltar, conforme mencionam Pereira e Morigi (2013, p. 16), que a

Informação, como forma simbólica, é construída nos pensamentos, sentimentos e interações sociais dos sujeitos, por isso diferencia-se entre grupos e, mesmo, indivíduos [...] Os significados advêm do cotidiano das pessoas, em que se estabelecem as redes de sociabilidade responsáveis pela construção das significações.

O caráter subjetivo se faz presente em todos os estágios do ciclo informacional, se manifestando nas interações indivíduo-indivíduo e informação-indivíduo. Seu início se dá a partir do momento em que o indivíduo, consigo mesmo, detecta, define e delimita a própria necessidade informacional, a transformando em uma linguagem passível de ser comunicada. Nesse ponto em que a necessidade é transmitida, há a atuação de indivíduos diferentes, envolvidos em diferentes contextos. Por envolver mais de um sujeito – o que expressa a necessidade e o que “recebe” a necessidade, através da decodificação dos códigos da linguagem –, pode-se dizer que a expressão e a interpretação da necessidade informacional não necessariamente serão iguais, já que a bagagem/ história e o contexto ao qual o indivíduo está inserido interferem tanto na forma como ele elabora a mensagem, como também na maneira como ele a recebe. Consequentemente, isso pode interferir nos processos de busca e recuperação da informação, quando se define a estratégia de busca e se seleciona as fontes. Pensando no estágio do uso da informação, a subjetividade atua na relação informação-indivíduo, tanto no momento em que este tenta clarificar a sua necessidade informacional como quando as informações recuperadas estão sendo analisadas para que sejam selecionadas aquelas que mais se adequam ao atendimento da necessidade; e também, ao final, quando o outro indivíduo recebe o que de fato foi selecionado e, então, a partir daquilo, cria seu próprio significado para tais informações.

Em suma, uma mesma necessidade informacional, quando exposta por duas pessoas diferentes, dará origem a diferentes linguagens e formas de comunicação. Da mesma forma, se pensarmos em uma mesma informação sendo transmitida exatamente da mesma forma para dois indivíduos, cada um irá criar um significado próprio para aquilo que recebeu, sendo impactado de uma maneira única. Isso dá origem a uma pluralidade de sentidos ao ciclo informacional.



## 4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se aqui, portanto, de um estudo com abordagem qualitativa, de caráter descritivo, visto que se propõe a descrever determinado fenômeno (GIL, 2008). Para tanto, o delineamento da investigação se deu por meio de pesquisa teórica e empírica, tendo como base, respectivamente, dois tipos de fontes: bibliográficas e pessoais.

As fontes bibliográficas, além de terem dado suporte para a elaboração do referencial teórico (seções 2 e 3 deste trabalho) – como deve ocorrer em qualquer estudo –, serviram também para a construção dos resultados. Através da bibliografia existente acerca do objeto de estudo, foi possível fundamentar e traçar um diálogo entre a teoria e a prática da Pesquisa em produções audiovisuais, o que vem a contribuir para uma visão mais ampla e mais próxima da realidade.

Além disso, foram utilizadas também informações verbais coletadas em duas situações: durante um curso de Produção na Academia Internacional de Cinema, frequentado pela autora entre os meses de março e junho de 2015, e durante um workshop de figurino ocorrido no Festival do Rio, em outubro de 2015, ministrado pela figurinista Farnaz Khaki-Sadigh<sup>18</sup>.

Em relação ao delineamento empírico, considerando que a população diz respeito aos profissionais do segmento audiovisual capazes de fornecer uma visão prática acerca do assunto abordado, a procura por fontes pessoais para compor a amostra se deu nesse meio. O levantamento das fontes teve início durante o curso de Produção mencionado anteriormente, e se deu tanto pela indicação da professora, como através de aulas ministradas por profissionais do ramo, já que os mesmos vieram a se tornar fontes potenciais. Em um segundo momento, houveram também indicações advindas de pessoas próximas à autora, bem como de algumas fontes pessoais (naquele momento, ainda fontes potenciais).

A seleção inicial das fontes pessoais foi realizada com base na área de atuação de cada profissional. Essa etapa levou em consideração a experiência e/ou o conhecimento do mesmo em relação à Pesquisa, tendo em vista a sua respectiva posição dentro das produções audiovisuais de TV e Cinema. Isso quer dizer que o profissional não precisava ter necessariamente trabalhado com a Pesquisa em si, de maneira direta, mas apenas poderia ter sido influenciado por ela de alguma forma, em alguma etapa do processo produtivo. Assim,

---

<sup>18</sup> Farnaz Khaki-Sadigh é figurinista de Cinema e TV e já participou de grandes produções como: “The Flash”, “A hora do arrepio” e “Falling Skies”. No workshop, ela compartilhou suas experiências com figurino, falando sobre a sua área de atuação, desde a criação de conceitos de design até a sua concretização.

essa fase teve por objetivo selecionar aqueles que pudessem fornecer as mais variadas perspectivas, de modo a contribuir para o alcance de um resultado mais abrangente e real. Dessa forma, pode-se dizer que o critério utilizado na seleção das fontes pessoais foi o de amostragem intencional ou de seleção racional, já que teve como base uma relação intencional entre os profissionais, através da escolha daqueles que representavam cada parte da população (RICHARDSON, 2012).

Durante os meses de maio e junho de 2015, houve então um contato via e-mail com cada sujeito selecionado (8 no total), em que se procurou saber a respeito de sua disponibilidade e interesse em contribuir com a investigação. Todos os retornos foram positivos. Além disso, alguns, via e-mail, também passaram informações preliminares a respeito de sua relação com a Pesquisa, contribuindo para um entendimento inicial do assunto. Foi informado então para cada um que o estudo estava em fase inicial e que seria feito um novo contato nos meses seguintes.

Foi determinado pela autora que a coleta de dados seria feita através de entrevista com cada sujeito. Considerou-se essa técnica como a mais adequada para o estudo, visto que “[...] uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação.” (GIL, 2008, p. 109) e, neste caso, os profissionais da área do audiovisual atuando como fonte de informação eram fundamentais para uma construção mais fidedigna do fenômeno estudado.

De modo a tornar esse processo mais fluido e natural e, ao mesmo tempo, não deixar de abranger pontos cruciais para o trabalho, decidiu-se que seria adotada a entrevista por pautas, tendo em vista que esta “[...] apresenta certo grau de estruturação, já que se guia por uma relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo de seu curso.” (GIL, 2008, p. 112).

Tendo isso definido, nos meses de dezembro de 2015 e janeiro de 2016, foi realizado um novo contato através de e-mail com cada um dos 8 sujeitos. Foi perguntado se ainda havia interesse em participar do estudo e disponibilidade para uma entrevista. Nesse momento, apenas 6 sujeitos deram retorno. Através das respostas positivas obtidas, foi elaborada a lista final de fontes pessoais do estudo (Quadro 1).

A partir disso, começaram a ser marcadas as entrevistas para os meses de janeiro e fevereiro de 2016, sendo a data, o local e o horário definidos pelos profissionais, de acordo com a sua disponibilidade e preferência. No entanto, embora todos tenham se mostrado muito dispostos a ajudar, a coleta de informações através de entrevista ocorreu com apenas 4 deles. A seguir, será explicado como ocorreu esse processo com cada fonte, qual o trabalho

desenvolvido por cada um em produções audiovisuais de TV e Cinema e o motivo pelo qual poderia vir a ajudar na construção deste estudo.

Quadro 1 – Fontes pessoais e principais áreas de atuação

<b>FONTE PESSOAL</b>	<b>ATUAÇÃO</b>
1	Roteiro
2	Direção de arte
3	Produção
4	Produção executiva
5	Figurino
6	Pesquisa

Fonte: Elaborado pela autora.

A fonte pessoal 1 atua como roteirista e já desenvolveu diversos trabalhos na TV, principalmente em novelas e seriados. Trabalhando com roteiro, poderia dar uma visão acerca da Pesquisa que antecede tal etapa, bem como daquela executada durante a sua elaboração. Foi realizada uma entrevista por pautas na primeira semana de janeiro de 2016.

A fonte pessoal 2 trabalha com direção de arte, atuando principalmente em filmes ficcionais de longa-metragem para o Cinema, já tendo trabalhado também com seriados para a TV. Atuando na parte da arte e, conseqüentemente, na composição visual da obra, esta fonte poderia fornecer uma visão da Pesquisa durante a etapa de preparação, quando a sua equipe faz o levantamento do que será necessário para transformar as palavras do roteiro em uma linguagem audiovisual passível de ser entendida e sentida. Foi realizada uma entrevista por pautas na primeira semana de fevereiro de 2016.

A fonte pessoal 3 trabalha com produção, percorrendo a produção executiva, direção de produção e produção de set. Já trabalhou com TV e Cinema, em documentários, filmes ficcionais de curta e longa-metragem, animação, programas educativos, entre outros. Atuando nesta função, faz o produto audiovisual sair de fato do papel dentro da verba que se possui, ou seja, ao estar em contato com diversas etapas e profissionais no processo de produção audiovisual, poderia trazer uma visão mais ampla da atuação da Pesquisa. Foi realizada uma entrevista por pautas na primeira semana de fevereiro de 2016.

A fonte pessoal 4 trabalha principalmente com produção executiva, gerenciando e tornando projetos audiovisuais viáveis. Já atuou em documentários, filmes ficcionais para o

Cinema, programas de TV, entre outros. Assim, poderia trazer também uma visão ampla da atuação da Pesquisa nas produções audiovisuais. Foi realizada uma entrevista por pautas na terceira semana de janeiro de 2016.

A fonte pessoal 5 atua como figurinista, já tendo trabalhado tanto em Cinema como em TV, em filmes ficcionais de curta e longa-metragem, e seriados. Nesta função, contribui para a construção visual da obra por meio dos figurinos, podendo fornecer então uma visão da Pesquisa na parte artística, durante a etapa de preparação. Neste caso, não foi possível a realização de uma entrevista devido à falta de tempo para o encontro. No entanto, de modo a não perder a riqueza das experiências a serem compartilhadas, foi elaborado um questionário que foi enviado e respondido via e-mail. Como a ideia inicial era que houvesse uma entrevista, e que esta ocorresse sem perguntas fechadas e fluísse como uma conversa, neste momento foi preciso fazer uma adaptação e desenvolver questões não tão fechadas, que pudessem dar certa abertura à pessoa respondente, envolvendo perguntas que pudessem trazer as informações necessárias para o estudo (Apêndice C). Tal documento foi enviado na terceira semana de fevereiro de 2016. É importante mencionar que o questionário foi elaborado quando os estudos já estavam mais avançados, então, de certa forma, sofreu influência desse fator.

A fonte pessoal 6 trabalha com Pesquisa mais diretamente. Já atuou em Cinema e TV, com filmes ficcionais de longa-metragem, seriados e, principalmente, documentários. Desempenhando esta função, poderia fornecer uma visão direta da atuação da Pesquisa. Neste caso, não foi realizada uma entrevista por pautas. Isso se deveu ao fato de que, ao fazer o primeiro contato com a fonte, ainda potencial, em junho de 2015, a autora foi convidada para uma conversa a respeito do objeto de estudo, o que ocasionou em uma entrevista informal. A partir disso, o contato ficou mais próximo, acarretando também em diversas conversas informais acerca do assunto durante a escrita deste trabalho. Portanto, não houve a necessidade de uma entrevista por pautas.

É válido ressaltar que anteriormente foi mencionada a principal área de atuação de cada um. No entanto, muitos já exerceram diferentes funções ao longo da carreira. Logo, estiveram em contato com outras etapas e outros profissionais, sendo capazes de trazer uma visão ainda mais ampla ao estudo.

Assim sendo, a etapa de coleta de dados foi realizada com cada profissional a fim de complementar o entendimento da Pesquisa sob o ponto de vista do ciclo informacional. Todos os entrevistados assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A).

Como a entrevista foi por pautas, foi elaborado um roteiro com os pontos mais importantes a serem abordados (Apêndice B).

Como todas as entrevistas foram realizadas com o auxílio de um gravador de áudio, as mesmas foram transcritas de modo a facilitar a análise, posteriormente. O material foi analisado qualitativamente, tendo como base a análise de conteúdo, segundo Bardin (1970). De acordo com a autora, essa abordagem visa uma interpretação na qual os dados podem contribuir para a construção do conhecimento após serem tratados. Assim, essa análise tinha em vista entender o processo de Pesquisa através do ponto de vista de cada fonte pessoal.

Pretende-se, através das informações provenientes das fontes pessoais e bibliográficas, incluindo informações verbais resgatadas durante o workshop e o curso de Produção, atingir o objetivo deste trabalho, que é compreender como ocorre o processo de Pesquisa em produções audiovisuais de TV e Cinema, sob a ótica do ciclo informacional.

## **5 A PESQUISA NAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS DE TV E CINEMA SOB A ÓTICA DO CICLO INFORMACIONAL**

Conforme já mencionado, a Pesquisa desempenha um papel essencial nas produções audiovisuais de TV e Cinema, se fazendo presente em várias de suas etapas e envolvendo diversos profissionais e áreas, cada uma com uma função. Conforme já mencionado ao longo deste trabalho, a Pesquisa atua principalmente enquanto etapa, quando antecede a elaboração do roteiro, bem como durante a sua escrita, e na etapa de preparação, quando auxilia na transposição do que está no papel para uma linguagem audiovisual. Nesse sentido, pode-se dizer que dá suporte à construção visual e de conteúdo do produto audiovisual.

Cada produto audiovisual apresenta um formato e tem origem com uma concepção específica, visando atingir um público específico, narrando uma história que se passa em determinada época, local e que aborda certa temática; cada profissional envolvido na produção audiovisual tem a sua própria função e interfere de uma maneira no processo; cada canal de comunicação – TV ou Cinema – possui um ritmo e uma forma de trabalhar com os seus produtos etc. Todos esses fatores interferem na circulação da informação durante o processo de Pesquisa, ou seja, influenciam na definição e expressão da necessidade informacional, na realização da busca e no uso da informação de fato.

Pode-se dizer que a Pesquisa e, conseqüentemente, a construção de um produto audiovisual sofrem influência tanto do contexto interno – de suas características enquanto produto –, como do contexto externo. Isso porque existe o contexto que se deseja retratar/abordar na obra, no qual o personagem está inserido e no qual a história se passa e, para tanto, é preciso mergulhar a fundo de modo a reproduzir fielmente os elementos que o tornam real e, além disso, há o contexto sociocultural externo, ao qual os indivíduos – fora das telas – estão inseridos. É o caso dos profissionais envolvidos nas produções audiovisuais e dos espectadores. Tudo isso deve ser levado em consideração e interfere na forma como o profissional lida com a informação para a criação de uma obra. Ter uma ideia, desenvolver um produto audiovisual e cuidar de sua exibição exige certo nível de preocupação social, ética e técnica.

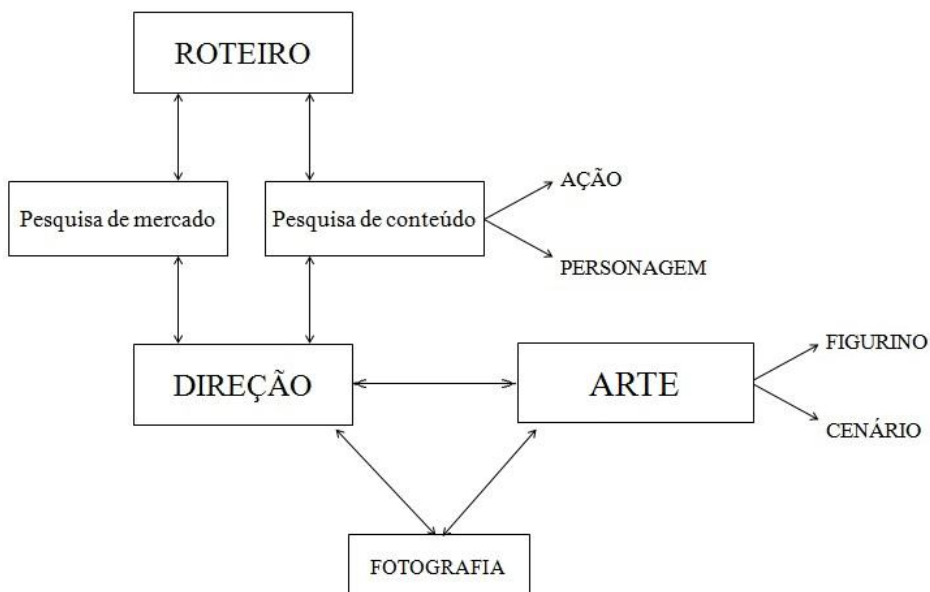
Trata-se, portanto, de um processo altamente dinâmico que envolve diversas variáveis, o que dificulta a criação de qualquer modelo fechado para a Pesquisa. No entanto, nesta seção pretende-se apresentar um padrão que foi identificado no decorrer da construção do estudo, tendo como base as fontes bibliográficas e, especialmente, as pessoas.

## 5.1 A NECESSIDADE DA INFORMAÇÃO NAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS

A necessidade da informação, primeiro estágio da Pesquisa, pode partir de qualquer profissional inserido nas produções audiovisuais de TV e Cinema. No entanto, pode-se dizer que ela parte, principalmente, das seguintes áreas (Figura 4):

- a) direção;
- b) roteiro;
- c) departamentos de arte.

Figura 4 – A necessidade em produções audiovisuais de TV e Cinema



Fonte: Elaborado pela autora.

A partir da ideia inicial – que pode surgir tanto do diretor como do roteirista, principalmente –, e do desenvolvimento do argumento, o diretor sente a necessidade de expandir o próprio conhecimento acerca daquilo que será abordado no produto audiovisual. Ele precisa mergulhar a fundo no conteúdo da história. Dessa forma, poderá acompanhar e dar suporte ao trabalho do roteirista, supervisionar o trabalho das equipes, dentre elas as de arte e, posteriormente, captar da melhor forma possível todos os elementos durante as filmagens. Não se pode comunicar algo a alguém, se não se conhece a fundo. Não é possível desenvolver algo se não se conhece o suficiente sobre o que se quer retratar.

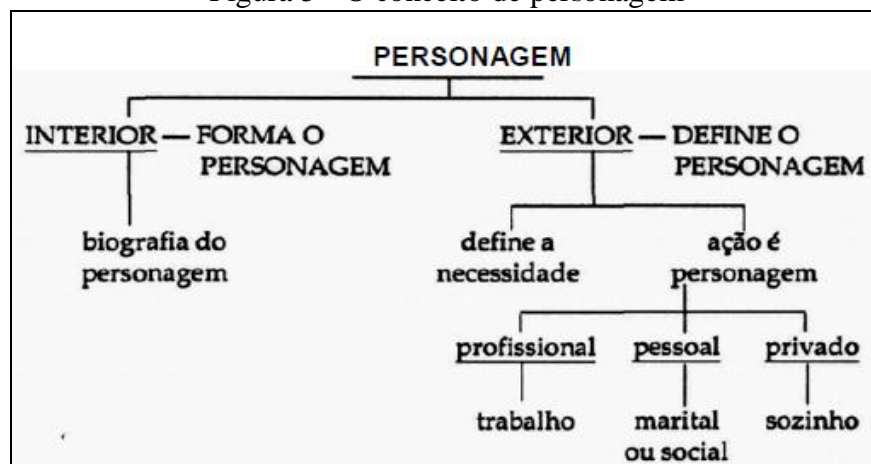
Nodari (2012) cita um exemplo em seu artigo, no qual o diretor produziu e dirigiu um documentário cujo foco era retratar pessoas que ganhavam a vida em atividades sobre rodas.

A ideia era estabelecer uma relação entre o movimento da roda e a inconstância da própria vida, particularmente daqueles que são levados a usar a criatividade e a capacidade de improviso como forma de sobrevivência (este era o argumento do documentário). Para tanto, foi preciso fazer um levantamento de possíveis personagens “reais” que utilizassem veículos sem motor como forma de ganhar a vida no Brasil, além de conhecer o cotidiano deles e ter a descrição do carrinho do qual faziam uso. Em documentários, que se caracterizam justamente por serem não ficcionais e por explorarem a realidade de alguma forma, os personagens e/ou locais costumam ser elementos muito fortes para a sua construção. Nesse tipo de produto audiovisual, a necessidade pelo levantamento de informações e opções se faz presente principalmente no que diz respeito aos personagens, locações e tema abordado.

A necessidade que parte do roteirista e de seus colaboradores se dá inicialmente a partir do mesmo contexto mencionado anteriormente: um aprofundamento no assunto a ser abordado antes de o roteiro começar a ser escrito. Quando se pensa que todo roteiro é composto de um assunto, que trata de uma ação (o que acontece) e de um personagem (a quem acontece), sendo contado através de imagens, diálogos e descrições dentro de uma estrutura dramática (FIELD, 2001), percebe-se que são muitas as particularidades envolvidas.

Ainda de acordo com o autor, o personagem é a base do roteiro (Figura 5). Para caracterizá-lo, primeiramente, é preciso determinar quem vai ser o personagem principal da história. A partir disso, divide-se a vida dele em duas categorias: interior e exterior. A primeira se refere à vida do personagem desde o seu nascimento até chegar ao momento em que o filme começa, ou seja, toda a sua vida até ali, uma biografia. Esse processo forma o personagem, respondendo questões como: o personagem é masculino ou feminino? Qual a idade dele na história? Onde vive? Que tipo de infância teve? É filho único? Como era quando criança?

Figura 5 - O conceito de personagem



Fonte: Field (2001, p. 31).



Uma vez que se tem esse aspecto interior estabelecido e já se conhece o personagem e a sua história, segue-se para o aspecto exterior, que trata da trajetória dele na obra em si, desde o início do roteiro até a última palavra escrita. Ou seja, é o momento em que o personagem vai ser revelado no papel e, posteriormente, no produto audiovisual em questão. Para tanto, deve-se definir a vida dele sob três aspectos básicos: o profissional (relacionado ao que ele faz para viver, com o que trabalha, qual cargo ocupa, como se relaciona com os colegas, etc.), o pessoal (estado civil, se tem muitos amigos ou não, como são os seus relacionamentos pessoais etc.) e o privado (o que ele faz quando está sozinho, se tem algum hobby, se tem animais de estimação etc.).

Conhecendo o personagem, é preciso então definir a necessidade dele, ou seja, o que ele deseja no roteiro. Por exemplo, ele pode querer se tornar advogado ou querer comprar uma casa. Criam-se então obstáculos para o alcance dessa necessidade. Assim, ele é impulsionado através da ação, que é a sua essência no roteiro. A ação representa o personagem. Tudo isso pode ser retratado através de diálogos, que revelam a história do personagem, os conflitos, a sua relação com outros personagens, dentre outras questões. Em suma, através das biografias dos personagens, eles são formados e, depois, são revelados através de ações.

Conforme mencionado pela fonte pessoal 1 (roteirista), uma novela é escrita por, no mínimo, 4 a 6 pessoas: o autor principal e os colaboradores. Alguém faz a escaleta (resumo do capítulo cena à cena, contendo informações sobre o que vai acontecer em cada uma), outra pessoa fica responsável por “abri-la”, escrevendo os diálogos. A fonte pessoal 4 (produtora executiva) ressaltou a importância dos diálogos tanto vertical como horizontalmente, ou seja, sob a ótica espaço-temporal. A forma de falar de um adolescente é diferente daquela falada por um idoso, bem como a forma de falar de hoje em dia é diferente daquela falada há 50 anos atrás. Ao mesmo tempo, o local em que vivem também determinam a forma como as pessoas se comunicam, em termos de palavras utilizadas, gírias e sintaxe, por exemplo. Isso quer dizer que os diálogos dão suporte a toda a história, falando muito sobre o personagem, as suas ações, as suas necessidades, em determinado local e época.

Nesse sentido, o que foi explicitado aqui em relação à construção do roteiro reforça a ideia de que o roteirista e a equipe, independentemente do tipo de produto audiovisual (alguns mais, outros menos), precisam expandir o assunto que têm em mãos, materializando as ações e construindo o personagem, indo atrás de detalhes relacionados aos elementos considerados essenciais para a história. E, eventualmente, durante a elaboração do roteiro, novas necessidades informacionais mais pontuais podem vir a surgir.

Alguns exemplos foram citados pela fonte pessoal 1 (roteirista) durante a entrevista: no caso de uma obra cuja história se passa em uma plataforma de petróleo, é preciso entender o ambiente, saber sobre as pessoas que trabalham nesses locais em alto-mar, ver como é o dia-a-dia, a natureza dos serviços, os acidentes que podem acontecer, os tipos de explosão que podem vir a ocorrer, como é estruturada a hierarquia dos trabalhadores, como são os turnos do trabalho, quanto eles ganham, quais gírias usam com mais frequência etc.; em uma trama que envolva caminhoneiros, é preciso saber sobre o cotidiano e estilo de vida desses trabalhadores, situações que podem enfrentar na estrada, entre outros elementos; se a história se passa em um restaurante, é preciso saber como funciona um restaurante, quantas horas antes de o estabelecimento abrir o funcionário deve chegar, quais problemas enfrentados, e assim por diante. Em novelas, sempre há alguma trama médica envolvida, alguém doente, alguém parindo, alguém capotando de carro ou alguém sendo julgado e processado. Tudo isso gera uma necessidade por informações jurídicas ou médicas, por exemplo.

A fonte pessoal 3 (produtora) citou um exemplo de um filme ficcional que foi baseado na realidade do universo do rock dos anos 80. Nesse caso, o roteirista precisava saber sobre o tema, sobre os nomes e as trajetórias de bandas da época, como eram suas apresentações, entre outros elementos.

Além da necessidade por essa pesquisa de conteúdo para compor o produto audiovisual, há também a necessidade pela pesquisa de mercado em determinados momentos, com alguns produtos. Esta pode ser considerada como uma necessidade mais pontual. De acordo com a fonte pessoal 1 (roteirista), tanto novelas, como seriados e programas em geral podem demandar uma pesquisa de opinião. Assim, a necessidade informacional pode surgir nesse contexto também, no qual se deseja investigar o produto que está no ar a fim de saber se algumas mudanças serão necessárias ou, até mesmo, quando se quer colocar um novo produto no ar, mas não se tem ideias, ou se quer descobrir algum assunto que esteja em alta.

Ainda segundo a fonte pessoal 1 (roteirista), essa pesquisa de opinião visando um *feedback* acaba tendo mais influência sobre as novelas, pois quando vão ao ar, a escrita do roteiro está em torno de 25 capítulos (pode ser um pouco mais ou um pouco menos do que isso) à frente daquele que está sendo veiculado. Assim, é possível que haja alteração dependendo da recepção do público. Além disso, este é um produto que costuma ficar muito tempo no ar, sendo exibido diariamente, o que dá uma abertura maior a qualquer tipo de mudança que venha a ser necessária. Nos seriados, isso também pode interferir, mas menos fortemente, porque geralmente esse tipo de produto apresenta uma quantidade menor de episódios. E o que tem acontecido é a maior frequência da produção e veiculação de

minisséries, cujas temporadas são mais curtas, então, nesses casos, o roteiro todo acaba sendo escrito antes das filmagens, o que descarta qualquer pesquisa de opinião enquanto estão sendo exibidas.

Seguindo o fluxo da produção audiovisual, após a elaboração do roteiro ou quando este está ainda “em aberto” – tendo em vista que costumam haver alterações até o momento da filmagem –, na etapa de preparação os departamentos fazem uma leitura minuciosa do mesmo, na qual identificam as suas respectivas necessidades para tornar possível a formação do produto. Pode-se dizer que as necessidades informacionais, neste caso, partem desse ponto.

Os departamentos de arte – cada um com a sua função – iniciam a construção de uma ideia visual, fazendo um desenho do produto mentalmente, do ponto de vista cênico, visando, assim, transformar as palavras ali escritas em imagem. Tais equipes são responsáveis por contar a estória a partir de elementos como objetos de cena, figurino, adereços, cenários etc. Para entender essa construção estética, é preciso antes compreender a estrutura das produções.

Foi explicado pela fonte 2 (diretora de arte) que um filme é composto por três diretores: o diretor geral, que atua como o maestro do filme, regendo todas as ideias centrais, e, logo depois, tem dois diretores que trabalham com a estética do produto: o diretor de arte e o diretor de fotografia. Pode-se dizer que o diretor de arte é responsável por tudo o que está visível para ser fotografado, enquanto o diretor de fotografia é quem efetivamente cuida da fotografia do filme, vendo o equilíbrio entre a iluminação, o ajuste da câmera para fotografar e toda a linguagem cinematográfica. Tudo isso é decidido em conjunto com o diretor, levando em consideração o clima geral da obra, a conformação do espaço, a caracterização dos personagens, entre outros fatores. É preciso construir ali dentro algum caminho visual que condiga com a ideia do diretor.

A partir da leitura do roteiro, o diretor, o diretor de arte e o diretor de fotografia se reúnem, cada um trazendo as suas contribuições e ideias acerca do que leram. Nesse sentido, existe essa forte relação diretor – diretor de arte – diretor de fotografia nas produções audiovisuais, cujo intuito é concretizar o roteiro.

A direção de arte então, que reúne a cenografia, o figurino, a maquiagem e os efeitos especiais, orienta o trabalho dessas equipes a partir dessa definição do conceito visual do produto audiovisual. Já que juntos constroem a linguagem visual da obra, todos os elementos com os quais trabalham devem combinar na filmagem e agregar um significado à estória que não necessariamente é expresso verbalmente, mas através de sensações que são causadas no espectador. Por conta disso, se faz necessária uma relação próxima entre essas equipes.

Trata-se, portanto, de um processo de criação em conjunto. A cenografia se preocupa com o cenário, tanto em relação ao espaço em si, como com o mobiliário e os objetos de cena para a criação de um ambiente que ganhe sentido, deixando de ser um lugar físico qualquer. É preciso fazer com que o espectador acredite que aquele ambiente pertence àquele personagem. Os objetos, por exemplo, podem contar a história e o passado do personagem, sendo elementos muito representativos. Já o figurino compõe o visual do personagem, através de roupas e acessórios. A equipe de maquiagem pode trabalhar com a questão de cicatrizes, penteado, tatuagens, rugas etc. A equipe de efeitos visuais pode utilizar técnicas para transformar ambientes, por exemplo. Nesse sentido, todas as equipes de arte, juntas, transmitem informações e contam a história pessoal do personagem, além de caracterizar os seus gostos e comportamento. E mais do que isso: contam uma história.

A necessidade informacional acaba se fazendo mais presente e constante nas áreas de cenografia e de figurino, que lidam com elementos mais palpáveis, passíveis de uma maior variedade de opções e formatos e de um levantamento de referências mais amplo. Desse modo, existem maiores possibilidades de sentidos e percepções do espectador.

Conforme colocado pela fonte pessoal 5 (figurinista), há discussões acerca da paleta de cor do filme, do personagem, das texturas etc. Um ponto muito importante na construção artística são as cores que compõem visualmente o produto audiovisual, que também inserem muito sentido à história. Elas causam sensações muitas vezes imperceptíveis por quem assiste. A fonte pessoal 2 (diretora de arte) reforçou essa ideia ao mencionar que, através das cores (quentes, frias, primárias, secundárias etc.) trabalhadas dentro do cenário, as pessoas são impactadas sem perceber, sendo capazes de captar a personalidade de um personagem, seu humor, dentre outras características. O contraste de cores também é carregado de significado. A decisão da cor de um vestido combinando com o cenário ou sendo antagônico, por exemplo, sugere algo. Aliás, o figurino pode fazer com que o personagem pareça cansado ou doente através não apenas de cores, mas também de tamanhos e formas que indiquem isso.

Outro exemplo citado pela fonte pessoal 2 (diretora de arte) foi o de uma história que se passa em um escritório de uma pessoa extremamente bem sucedida. É preciso saber como o ambiente pode estar organizado, quais objetos podem estar ali, quais as vestimentas da pessoa, quais as cores podem compor o cenário etc. A arte, em um mesmo produto audiovisual, também pode indicar uma mudança de tempo, uma transição de época, através de tonalidades e objetos diferentes, por exemplo, dando um sentido de continuidade. Todos os elementos devem estar sinalizando a ideia que a história quer passar. Por esses motivos se faz necessário o levantamento de referências.

Através da leitura do roteiro e das reuniões com profissionais envolvidos na produção audiovisual, cada equipe tem as suas necessidades informacionais mais definidas para construir a história visualmente e possibilitar que o espectador se insira naquele universo apresentado. Pode-se dizer que, no caso da construção estética, essas necessidades têm mais relação com referências visuais.

Como construir espaços e visuais para o personagem que ajudem a revelá-lo em seus vários aspectos, descortinando sua vida interior, conflitos, personalidade e sua história? Que elementos visuais escolher, relacionar e articular para que o traduzam visualmente? Perguntas devem ser feitas para que se efetue uma caracterização visual do personagem e a construção de seu ambiente de modo coerente com a história a ser contada: este é um médico de vinte e oito ou cinquenta anos? Apresenta alguma característica física diferenciada? É casado ou solteiro? Está feliz em sua profissão? É do tipo piadista, tímido ou conquistador? Trabalha em uma pequena clínica ou em um grande hospital? Divide sua sala/consultório com mais profissionais ou ela é exclusiva? E essa clínica/hospital é localizada em um bairro de classe baixa ou de classe alta ou, ainda, em uma metrópole ou em uma pequena cidade do interior? Trata-se de clínica/hospital pública ou particular? (VARGAS, 2014, p. 10).

Percebe-se então que são muitos os detalhes com os quais as equipes de arte têm que trabalhar. Muitos caminhos podem ser seguidos. Cada produção tem as suas peculiaridades e recortes. Tudo depende do que é desejado visualmente na concepção do diretor, do gênero da narrativa, do tempo e do espaço abordados. Conforme exemplificado pela fonte pessoal 2 (diretora de arte), em filmes de comédia, de uma certa forma o aspecto da realidade é um pouco mais flexível diante do que se vai construir como imagem. Entender o contexto, o personagem, a localização geográfica, a data, a hora do dia em que determinada cena se passa (influência forte no figurino) são fundamentais para a construção estética de uma obra audiovisual. Tudo isso deve ser pensado pela parte artística envolvida na produção.

Pode-se observar que as etapas estão interligadas e uma dá suporte à outra. Conforme mencionado pela fonte pessoal 1 (roteirista), em uma cena em que o personagem está passando por um procedimento cirúrgico, a equipe de roteiristas precisa saber o nome do procedimento, o vocabulário utilizado, como ocorre o processo. A partir disso, as equipes de arte precisam fazer o desenho da sala de cirurgia, ver os equipamentos, as vestimentas/ EPIs (equipamentos de proteção individual), e por aí vai.

Tendo definido de fato a necessidade informacional, cada profissional prefere expressá-la de uma forma. Alguns optam por formular questionários mais detalhados e enviar para o profissional responsável pela busca, já que as dúvidas e necessidades podem se desdobrar em vários tópicos mais específicos. Outros a expressam através de tópicos mais

gerais e termos relacionados ao que necessitam. Isso também pode variar de acordo com a profundidade e abrangência da necessidade informacional. E o que se percebe é que nem sempre os profissionais dispõem de alguém para realizar a busca, assunto este que será discutido na próxima subseção.

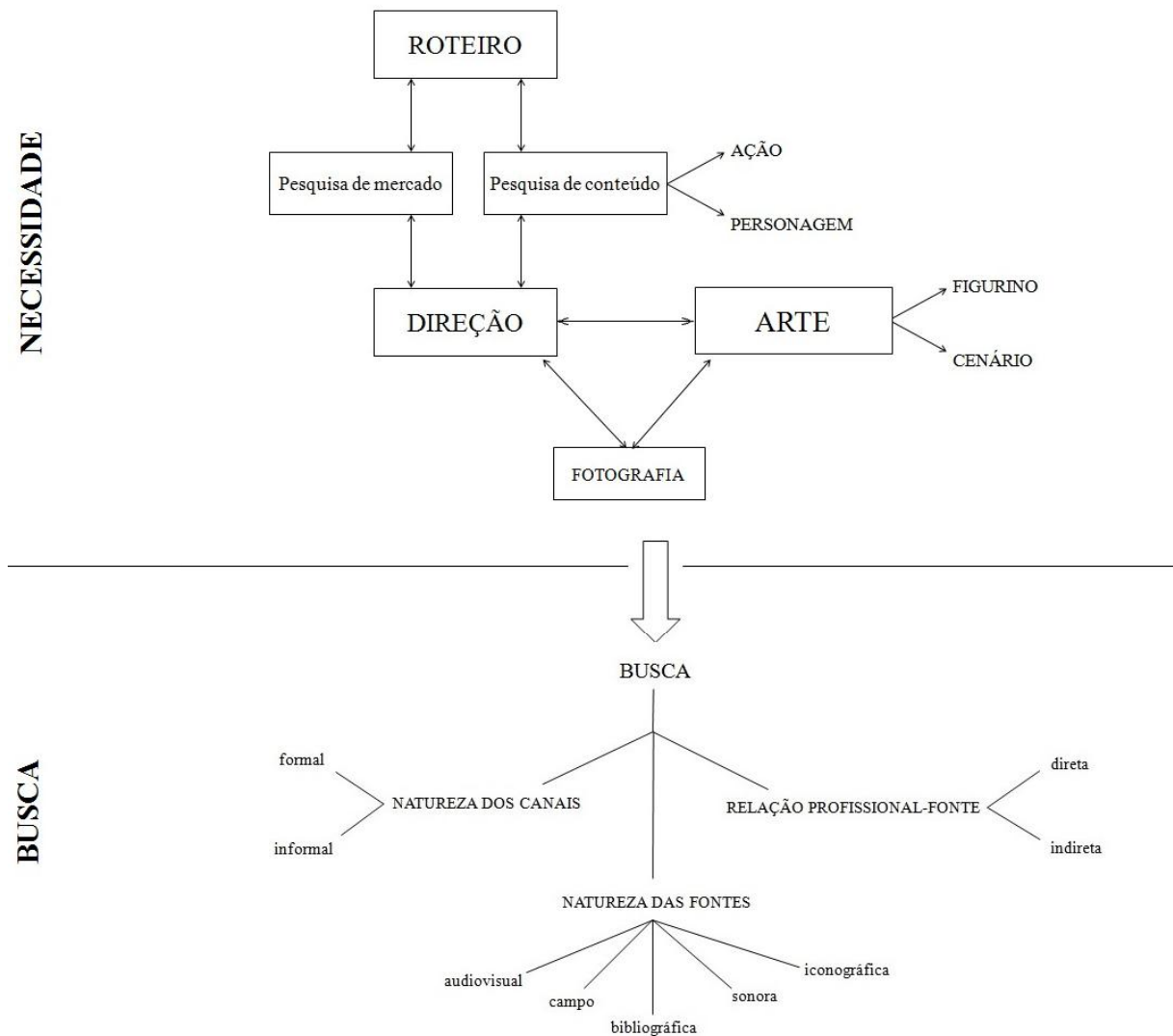
Ressalta-se, assim como ao longo de todo trabalho, que a necessidade informacional pode surgir em outras etapas. A fonte pessoal 6 (pesquisadora) citou um exemplo no qual foi preciso, na etapa de finalização, durante a montagem do produto audiovisual, uma imagem específica de arquivo para adicionar na formação do produto.

Percebe-se então, logo de início, que existem diferenças entre o processo de Pesquisa na TV e no Cinema, tendo em vista que a TV exhibe conteúdo diariamente ou com uma frequência definida, diferentemente do Cinema. São ritmos diferentes. Além disso, há ainda as diferenças existentes entre as características e os formatos dos produtos audiovisuais. Logo, o processo, apesar de ser semelhante até certo ponto, se dá de maneira única em cada produção audiovisual devido ao objeto-foco: o produto audiovisual.

## 5.2 A BUSCA DA INFORMAÇÃO NAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS

Após a necessidade ser identificada, definida e expressa, segue-se para o estágio da busca informacional (Figura 6). É importante entender que a busca pode ser realizada tanto por quem detectou a necessidade própria, internamente, como por outro indivíduo. Ou seja, a necessidade pode ser expressa a alguém ou não. Aplicando isso às produções audiovisuais de TV e Cinema, os profissionais que precisam de determinada informação podem ir, por conta própria, atrás dela, ou podem dispor de profissionais que executarão essa ação. Esses outros profissionais podem ser pessoas de sua equipe ou até mesmo um Pesquisador contratado para desempenhar tal função.

Figura 6 – A necessidade e a busca em produções audiovisuais de TV e Cinema



Fonte: Elaborado pela autora.

Alguns produtos audiovisuais acabam precisando de uma busca mais aprofundada e específica, outros menos. Vai depender da necessidade envolvida. Os profissionais, em algumas situações, gostariam de dispor de Pesquisadores para executar a busca. Há alguns casos em que o projeto, por ser altamente específico, tem que ser parado pelo fato de não se ter recurso para pagar um profissional especializado como esse.

Percebe-se que o Cinema, principalmente, sofre com essa questão da falta de recursos, apresentando uma maior dificuldade financeira. Logo, em muitos casos, os profissionais têm que realizar a própria busca ou contar com a participação da equipe da qual fazem parte. O diretor pode contar com a ajuda do assistente de direção; o roteirista, com os colaboradores, caso haja; e os departamentos de arte fazem a própria busca, dentro de suas equipes. Quando

há um Pesquisador envolvido, seus serviços podem ser contratados pela produtora que vai realizar a produção, ou pelo diretor, para o produto específico.

Na TV, esse cenário é um pouco diferente, pois essa indústria no Brasil é mais forte que a do Cinema, dispondo de mais recursos financeiros. A TV ainda é o principal meio de comunicação no país. Geralmente, nesse caso, o mais comum é que os Pesquisadores sejam contratados pela emissora, por produto audiovisual, e o contrato dura enquanto o programa existir. Pode acontecer também de o Pesquisador assinar um contrato que dure alguns anos e então ficar disponível para os produtos que forem criados durante o tempo em que o contrato cobrir.

Independentemente do profissional que realiza a busca, tal processo vai envolver uma estratégia de busca, fontes informacionais e posterior avaliação e seleção. Pode-se dizer que, quando inserida em produções audiovisuais de TV e Cinema, pode ser caracterizada de acordo com a natureza das fontes, com a natureza dos canais de comunicação, e com a relação entre o profissional de quem parte a necessidade e a(s) fonte(s).

Segundo a natureza das fontes consultadas, uma busca pode ser classificada como:

- a) busca iconográfica ou visual: quando envolve imagens fixas, como fotografias, gravuras, pinturas, desenhos, cartazes, ilustrações, entre outros;
- b) busca sonora: quando inclui registros de som/ áudio em diferentes suportes, como discos, CDs, fitas digitais, cassetes, entre outros;
- c) busca audiovisual: quando envolve imagens em movimento (com ou sem som), como filmes, seriados, programas, novelas, entre outros;
- d) busca bibliográfica: quando inclui material bibliográfico, como livros, jornais, revistas, enciclopédias, manuais, entre outros;
- e) busca de campo: quando envolve fontes pessoais ou locais relacionados ao fenômeno/ objeto de interesse, ou seja, indivíduos, grupos, comunidades que vivenciaram ou tem conhecimento sobre algum tema, fato, local ou situação. Isso inclui também a busca em fontes pessoais especializadas, como consultores e especialistas.

São muitos os tipos de fontes existentes. Alguns deles podem ser encontrados tanto fisicamente como em meio eletrônico. Entra-se então em outra questão: a busca em relação à natureza dos canais. Neste quesito, ela pode ser classificada como: formal e informal.

A busca formal é aquela que se utiliza de canais formais, como materiais de estudos já consolidados. Já a busca informal é aquela cuja interação se dá por meio de contatos interpessoais, tanto pessoalmente quanto via internet. A escolha é pautada de acordo com a necessidade informacional e a facilidade de acesso. O fator “tempo” também interfere no



trabalho, tendo em vista que, quando o prazo é mais curto, muitos acabam optando para o uso do caminho mais informal como uma saída de emergência. Fica a critério do profissional, que deve entender o que o produto audiovisual “pede” e qual o caminho mais adequado a seguir.

Em produções audiovisuais de TV e Cinema, ambos os tipos de busca são muito utilizados. Diferentemente de outras áreas do conhecimento nas quais a busca informal não é tão bem vista, para o audiovisual isso pode ser muito útil, principalmente pelo fato de as produções serem altamente dinâmicas e os profissionais formarem uma enorme rede de contatos a cada trabalho, o que facilita a comunicação e o compartilhamento de informações.

Além dessa rede entre os profissionais do meio, estes ainda podem contar com profissionais que trabalham em unidades de informação, como bibliotecas, arquivos, museus e centros de documentação, que dispõem de materiais e fontes confiáveis de muita utilidade. Acervos pessoais também desempenham um importante papel em algumas produções. É nesse sentido que se dá a classificação da busca, de acordo com a relação entre o profissional de quem parte a necessidade e a fonte e, consequentemente, a informação, podendo se configurar como: busca indireta e busca direta.

A busca indireta se caracteriza como sendo uma busca na qual existe uma pessoa intermediando o contato do profissional (da produção audiovisual) com a fonte e a informação. Isso pode acontecer em situações como: quando existe um Pesquisador para o qual a necessidade é expressa e, portanto, este atua com a “entrega” da informação para quem sentiu a necessidade; ou quando um profissional que trabalha em uma unidade de informação faz essa mediação, realizando a busca. Já na busca direta, o profissional que sente a necessidade faz a própria busca, tendo contato inicial com a fonte e a informação de maneira direta. É válido ressaltar que, em uma mesma produção audiovisual, podem ocorrer os dois tipos de processo. Tudo vai depender das diferentes necessidades informacionais.

São muitas as variáveis envolvidas no processo e, portanto, as estratégias de busca variam muito de uma produção para outra. A fonte pessoal 1 (roteirista) mencionou que pode fazer o pedido de determinado conteúdo no centro de documentação da emissora na qual trabalha, baseado em sua necessidade informacional. Assim, consegue, por exemplo, matérias sobre determinada temática que foram veiculadas em telejornais. O mesmo pode acontecer em outras unidades de informação, envolvendo também outros tipos de fontes.

Pensando na pesquisa de opinião, que pode se fazer necessária durante o andamento de uma obra audiovisual, a coleta das informações pode ser feita a partir de uma reunião com pessoas em uma sala contendo um vidro espelhado, câmeras e uma mediadora. Há um critério de seleção para essas pessoas participantes – faixa etária, classe social etc. –, dependendo do

produto audiovisual. As pessoas não sabem previamente sobre qual programa irão debater e, nesse encontro, dão a sua opinião acerca de determinado personagem, do programa escolhido para ser avaliado, falam sobre o que entendem a respeito dele, se gostam ou não, por exemplo. Por trás do vidro, autores e diretores acompanham. A partir disso, é elaborado um relatório contendo as informações coletadas. Outra forma também de identificar a opinião do público é através do Ibope minuto a minuto, que é um serviço realizado pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), em que emissoras e clientes ou empresas contratam e têm acesso à audiência, em números, de todos os programas, com atualizações a todo o momento. A partir disso, pode-se checar se os números podem indicar algo. Assim, será possível efetuar qualquer mudança que se fizer necessária.

A busca mais voltada para o conteúdo do produto audiovisual pode se dar de diversas formas. Depende do foco principal e do formato do produto. Em muitos documentários, a busca acaba sendo a base para o filme, se constituindo como uma etapa essencial para que sejam evitados “furos”. Além disso, tal etapa deve ser realizada no próprio local a ser retratado, onde vivem os personagens, se este for o caso.

Como exemplo, a fonte pessoal 4 (produtora executiva) falou sobre um documentário cujo foco era uma das mais importantes figuras da história do movimento negro, que já havia trabalhado como escritor, artista plástico, senador e deputado. A busca se deu inicialmente no Instituto de Pesquisas e Estudos Afro Brasileiros (Ipeafro), com o levantamento de todos os materiais relevantes para a construção do produto, o que envolveu principalmente fotos e matérias de jornais. Houve também idas à Biblioteca Nacional e ao Senado, nos quais foram fornecidos trechos de discursos, além da TV Globo, que cedeu um trecho de entrevista concedida pela pessoa. Além dessas entrevistas recuperadas, foram realizadas algumas com senadores, artistas, escritores e professores, que poderiam dar outros pontos de vista. Outro exemplo citado foi o de um documentário cuja busca iconográfica se fez fortemente presente, havendo consultas de arquivos da década de 70 na Cinemateca Brasileira, nas emissoras TVE, TV Globo e TV Brasil, e também ao acervo pessoal dos personagens envolvidos.

A fonte pessoal 3 (produtora) contou o caso de um documentário que ainda não foi realizado, no qual se quer retratar um verão específico passado no píer de Ipanema. Como não existe muito material a respeito, a estratégia vai ser buscar pessoas que tenham vivenciado aquele momento e, assim, através das lembranças de cada uma será possível construir o filme. Através de fotos antigas pessoais tiradas naquela fatídica época será possível localizar as pessoas, que atuarão então como fontes informacionais.

As pessoas podem contribuir enquanto fontes para fornecer informações a respeito de determinado local, época ou evento que tenham vivenciado. A fonte pessoal 1 (roteirista) deu como exemplo também uma novela cuja trama estava situada em um bairro específico. Para conseguir retratá-lo fielmente, profissionais foram ao local e fizeram um dossiê.

É preciso entender também que o intuito de um produto audiovisual nem sempre é ser fidedigno à realidade. Pode-se pensar, por exemplo, em uma história de ficção baseada em algo real. Deve-se buscar o clima da história, principalmente através de entrevistas com pessoas que viveram aquilo. Essa coleta de informações não precisa ser necessariamente com perguntas fechadas e inflexíveis, contendo muitos detalhes, já que a ideia é captar a essência do objeto de interesse, ou seja, a atmosfera da trama. Nesse caso especificamente, as pessoas, além de atuarem como fontes informacionais, também seriam referências para os personagens. Percebe-se então que uma mesma “espécie” de fonte pode desempenhar diferentes papéis em diferentes produções. Um livro, por exemplo, pode atuar tanto como fonte para consultas mais pontuais como também pode servir de base para o produto em sua totalidade, quando se deseja fazer uma adaptação. Um vídeo encontrado relacionado a alguma época de interesse pode ser utilizado tanto como base para o desenho do figurino, como pode entrar por inteiro em um filme. Depende da concepção da obra.

Conforme já visto, pessoas também podem atuar como fontes ao compartilharem suas experiências próprias através de conversas e entrevistas, enriquecendo uma obra, seja ela de qualquer tipo. Existem profissionais que podem também atuar dessa forma: os consultores e especialistas. Tratam-se de profissionais e especialistas em uma determinada área, que podem dar suporte à produção audiovisual e, principalmente, à elaboração do roteiro.

A fonte pessoal 1 (roteirista) explicou que seriados e novelas podem contar com um Pesquisador, que é acionado para as mais diversas “missões”. Se algum personagem vai passar por uma cirurgia que terá alguma sequela ou complicação, os roteiristas pedem que o pesquisador converse com médicos e apresente um relatório sobre como o procedimento cirúrgico acontece na realidade. No caso de um seriado policial, pode-se contar com um policial reformado ou aposentado como consultor. Pensando em algum seriado cuja trama vai se passar em uma plataforma de petróleo, o consultor pode ser um engenheiro naval especializado em plataformas de petróleo.

Conforme mencionado pela fonte pessoal 3 (produtora), em um programa sobre saúde com o qual já trabalhou, contendo muitos episódios, cada um sobre uma doença, contou-se com um médico sanitarista como consultor na equipe. Ele conversava com o Pesquisador e com o roteirista. Assim sendo, esses profissionais podem fornecer detalhes do cotidiano que

só quem vivencia aquela realidade na prática pode trazer, fazendo com que o produto audiovisual seja mais consistente para que o público consiga acreditar e entrar no universo apresentado.

Nesse sentido, é importante então compreender que as funções de um Pesquisador e de um consultor são diferentes. Enquanto o primeiro atua intermediando o processo entre a informação e o profissional de quem partiu a necessidade, indo atrás das fontes, o consultor atua como a própria fonte informacional, sendo ele provedor de informação. Nesse contexto, ele pode passar a informação tanto para o pesquisador, se este for o responsável por realizar a busca, como diretamente para o roteirista ou diretor.

Evidentemente, qualquer produto audiovisual precisa de outros tipos de fontes também para embasar a sua formação. A fonte pessoal 3 (produtora) citou um caso que exemplifica isso: em um programa educativo, por exemplo, pode-se contar com consultores e especialistas em determinado assunto, ao mesmo tempo em que se buscam fontes que forneçam dados, estatísticas e informações totalmente confiáveis, tendo em vista o objetivo de um produto como esse.

Entrando mais na parte artística, após a identificação da necessidade a partir da leitura do roteiro e das conversas com o diretor, o diretor de fotografia e as equipes de arte, dá-se início às buscas. Esse momento permite que se comece a buscar todo o universo do personagem, desenhando e criando através das referências encontradas.

Pode-se dizer que, neste caso, predominam as referências visuais. Segundo a fonte pessoal 2 (diretora de arte), essa é a maneira de comunicar para o diretor e a equipe o que se está imaginando para um determinado cenário, por exemplo. Às vezes, o desenho do produto é muito abstrato e, assim, é possível criar um grande recorte do mesmo. As ideias e pensamentos são apresentados em forma de imagem.

A fonte pessoal 5 (figurinista) mencionou que, partindo da leitura técnica do roteiro, confecciona o mapa de figurino por personagens. A partir disso, é então feito o levantamento de referências para compor o figurino de cada personagem, em cada cena. Tais referências são muito buscadas em filmes e séries. No entanto, não há um padrão. A busca é bastante variada, pois cada produto audiovisual apresenta um recorte específico e, desse modo, isso deve ser acompanhado.

Em um filme de época, por exemplo, as referências podem ser buscadas em enciclopédias, jornais e fotografias antigas, acompanhadas de idas a bibliotecas, arquivos, centros de documentação e museus. Quando se trata de um filme biográfico, entrevistas podem contribuir muito para a construção da obra. A fonte pessoal 5 (figurinista) mantém

uma lista de contatos que contém telefones de brechós e acervos (figurino/ roupa). Além disso, frequenta feiras em praças e feiras de antiguidades para ver o que já existe pronto e que possa ser útil para o produto com o qual esteja trabalhando no momento.

As equipes de arte também muito utilizam livros e revistas que envolvam arquitetura, artes plásticas, moda e *design*. A fonte pessoal 2 (diretora de arte) explicou que utiliza livros de arquitetura, por exemplo, quando quer ver algo relacionado a cores, espaço e formas. Geralmente os cenários apresentados em fontes desse tipo são extremamente impecáveis, preparados para a fotografia, então de certa forma ficam distantes da realidade. Por isso, parte da busca se dá através de filmes, estilos de filmes e *frames*.

Fontes muito utilizadas também são *websites* na internet que tragam imagens. Os principais são o *Instagram* e o *Pinterest*. Eles são plataformas visuais que permitem a interação entre o público através do compartilhamento de conteúdo, como fotos. Assim, pode-se dizer que são fortes aliados para a construção da realidade dentro de uma obra. O *Facebook* e o *Youtube* também se encaixam nisso. A fonte pessoal 2 (diretora de arte) explicou que essa nova linguagem virtual de postar muitas fotos e sobre a própria vida ajuda muito o trabalho das equipes de arte, porque permitem essa aproximação da realidade. Se ela está trabalhando, por exemplo, em um filme que envolve um quarto de uma adolescente nos dias atuais como cenário, ela pode ir no *Instagram* e fazer buscas através de palavras-chave e *hashtags* como *#meuquartohoje*, *#meuquarto* etc. Assim, vai conseguir recuperar imagens que podem contribuir para imprimir essa realidade no produto, especialmente no momento atual em que os estilos e a moda mudam rapidamente.

Conforme a busca acontece e as referências são recuperadas, vão sendo montadas pranchas visuais que, posteriormente, passam por uma avaliação e seleção prévia para que restem apenas as melhores opções do ponto de vista do profissional. A partir disso, pode-se então ir até o diretor para que seja decidido o que de fato vai ser utilizado no produto (o uso da informação será explicado na próxima subseção).

Além de todas as fontes e estratégias de busca mencionadas, é importante frisar que há também as referências pessoais de cada profissional envolvido nas produções audiovisuais. Isso acaba influenciando na profundidade da busca, pois se o profissional já está inserido em determinado meio ou vivencia/ já vivenciou determinada situação, torna-se mais fácil não apenas no que se refere ao desenho visual, mas também na composição do produto do ponto de vista do conteúdo. Quando a necessidade envolve algo mais específico e distante da realidade do profissional, isso já exige uma busca mais intensa e específica.

A fonte pessoal 2 (diretora de arte) mencionou também que as referências visuais recuperadas podem trazer novas ideias. Às vezes, uma foto que contém um desenho de sombra no chão ou uma pintura na parede causando uma ilusão de ótica devido a uma sombra pode fazer com que se pense em uma nova forma de construir o cenário. Outro exemplo citado foi a de quando a equipe contou com uma pesquisadora para saber como era a placa dos carros nos anos 90, as placas nas ruas, os carros da época, o orelhão, as vestimentas etc. e, às vezes, recebiam como retorno também informações novas, como lançamentos de alguns produtos e eventos que haviam ocorrido na época de interesse.

Nesse sentido, pode-se dizer então que a busca pode trazer mais do que as respostas esperadas. Isso se deve ao fato de que, muitas vezes, a busca e a recuperação de informações nas produções podem gerar mais ideias para a estória, tanto em relação ao seu conteúdo como visualmente. Assim sendo, esse estágio se configura como sendo de extrema importância, não apenas possibilitando o levantamento de informações para o atendimento da necessidade, mas também podendo contribuir para “abrir a mente” dos profissionais, trazendo toques adicionais ao produto, de modo a enriquecê-lo.

### 5.3 O USO DA INFORMAÇÃO NAS PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS

Entende-se aqui, portanto, a Pesquisa enquanto um processo inserido em produções audiovisuais de TV e Cinema. Nesse sentido, a busca, neste caso, é responsável pelo levantamento e triagem do material recuperado e tido como relevante, para que posteriormente seja feita a seleção final. Considera-se, portanto, que o uso da informação diz respeito à escolha das informações que de fato irão compor o produto audiovisual, tanto em relação ao conteúdo como visualmente. Esse momento tem total influência do diretor. Além de acompanhar o trabalho dos roteiristas e dos departamentos de arte, ele acaba também estando completamente envolvido na decisão final.

A fonte pessoal 1 (roteirista) explicou que, na emissora na qual trabalha, há o diretor de núcleo, responsável por gerenciar a produção em termos de custo e proporção, dando a palavra final. Há também o diretor geral, que cuida do set de gravação, e o diretor de programa, que dirige as cenas e faz a marcação dos autores, sendo subordinado ao diretor geral. Tanto o diretor de núcleo como o diretor geral podem influenciar durante a elaboração do roteiro, opinando, pedindo mudanças, que vão sendo discutidas com o autor principal da obra. Pode-se dizer, então, que envolve muita parceria, pois o roteiro fica pronto depois de todas essas discussões ao longo de sua escrita.

Quanto à parte estética do produto audiovisual, os profissionais das equipes de arte reúnem todas as referências recuperadas em pranchas e depois fazem um recorte para manter aquelas que estão mais aptas a fazerem parte daquele universo visual. Tais opções são apresentadas a outros profissionais.

A fonte pessoal 2 (diretora de arte) mencionou que, a partir das pranchas montadas com as suas opções preferidas, há uma nova reunião com a equipe para que vejam o recorte feito e, depois, isso é mostrado para o diretor da obra e para o diretor de fotografia. As alternativas são apresentadas e ela conta toda a ideia por trás das escolhas. É pensado então em como conseguir, através do espaço, levar fluidez para as cenas, do ponto de vista cênico, relacionando-o ao movimento dos personagens e da câmera.

A fonte pessoal 5 (figurinista) explicou que elabora uma prancha visual de cada personagem, para que estas sejam apresentadas ao diretor de arte e, posteriormente, ao diretor. Depois disso, há as provas de roupas, onde é possível que haja algumas surpresas e até mudanças no conceito formado inicialmente. Segundo ela, embora esse conceito seja criado de forma coletiva e muito discutido ao longo do processo, a palavra final é do diretor na maioria das vezes.

São muitas as variáveis envolvidas na escolha. Para a escrita do roteiro, o que deve se pensar logo de início é se as informações apresentadas serão utilizadas em sua totalidade ou parcialmente, o que vai depender do que se espera mostrar através da obra e da especificidade do produto. Há também a decisão de utilizá-las tal como foram dadas ou adaptá-las para o universo ficcional.

Fatores como o orçamento influenciam muito. Às vezes isso acaba fazendo com que as opções sejam simplificadas. Conforme colocado pela fonte pessoal 1 (roteirista), todo programa possui um orçamento. Assim, não é possível fazer explodir vários carros em um acidente ou detonar um helicóptero na história com frequência. A fonte pessoal 5 (figurinista) mencionou que os orçamentos limitam o trabalho na maioria das vezes, mas depois disso, embora a escolha dependa de diversas variáveis, aquela que costuma predominar é a da adequação ao produto audiovisual, semioticamente falando, ou seja, a opção que melhor comunica com o espectador.

O que pode acontecer também é a escolha ser pautada, por exemplo, tendo como base a locação que se tem. Isso quer dizer que a arquitetura do local onde serão feitas as filmagens pode ser capaz de levar informações ao público, e o cenário construído ali tem que condizer com aquilo que já existe, gerando a sensação de pertencimento ao lugar.

Conforme já mencionado, a concepção nem sempre é se manter fiel à realidade. A fonte pessoal 4 (produtora executiva) deu o exemplo do filme *Maria Antonieta*<sup>19</sup>, um filme de época cuja história se passa entre os anos de 1770 e 1789. Em determinada cena do filme, aparece um par de tênis posicionado dentre os sapatos da rainha francesa. No entanto, o desenvolvimento desses calçados (tênis) só teve início no século seguinte. Quando questionada, a diretora do filme explicou que tinha sido de propósito e que aquele elemento havia sido colocado ali por diversão, já que se tratava de um universo adolescente. Foi, portanto, uma escolha da diretora. Alguns espectadores acharam que tinha sido um erro de gravação, outros acharam que se tratava de uma estratégia publicitária. Isso prova que o anacronismo pode ser proposital, mas também se corre o risco de ser mal interpretado. Existe então essa questão de se manter completamente fiel ao espírito da época ou não.

Outros fatores que interferem na escolha podem ser: o prazo que se tem, já que às vezes tem-se em mente criar ou construir algo visualmente, mas que não condiz com a data das filmagens; a atmosfera do filme e a combinação dos elementos em cena; o figurino em harmonia com os atores e personagens, agregando valor a eles e à história etc.

Apesar de ser muito complicado mencionar e mensurar todas as variáveis possíveis envolvidas, é esperado que, ao final, haja um cruzamento entre o conteúdo do roteiro e a estética pelos departamentos de arte, levando em consideração a opinião dos profissionais, o público-alvo, o orçamento, o objetivo da obra, entre outros aspectos. O produto audiovisual deve ser capaz de fazer com que o espectador entre naquele universo, recebendo a mensagem que se quer transmitir, conhecendo o personagem, se inserindo naquele local e época, enfim, se envolvendo com a história.

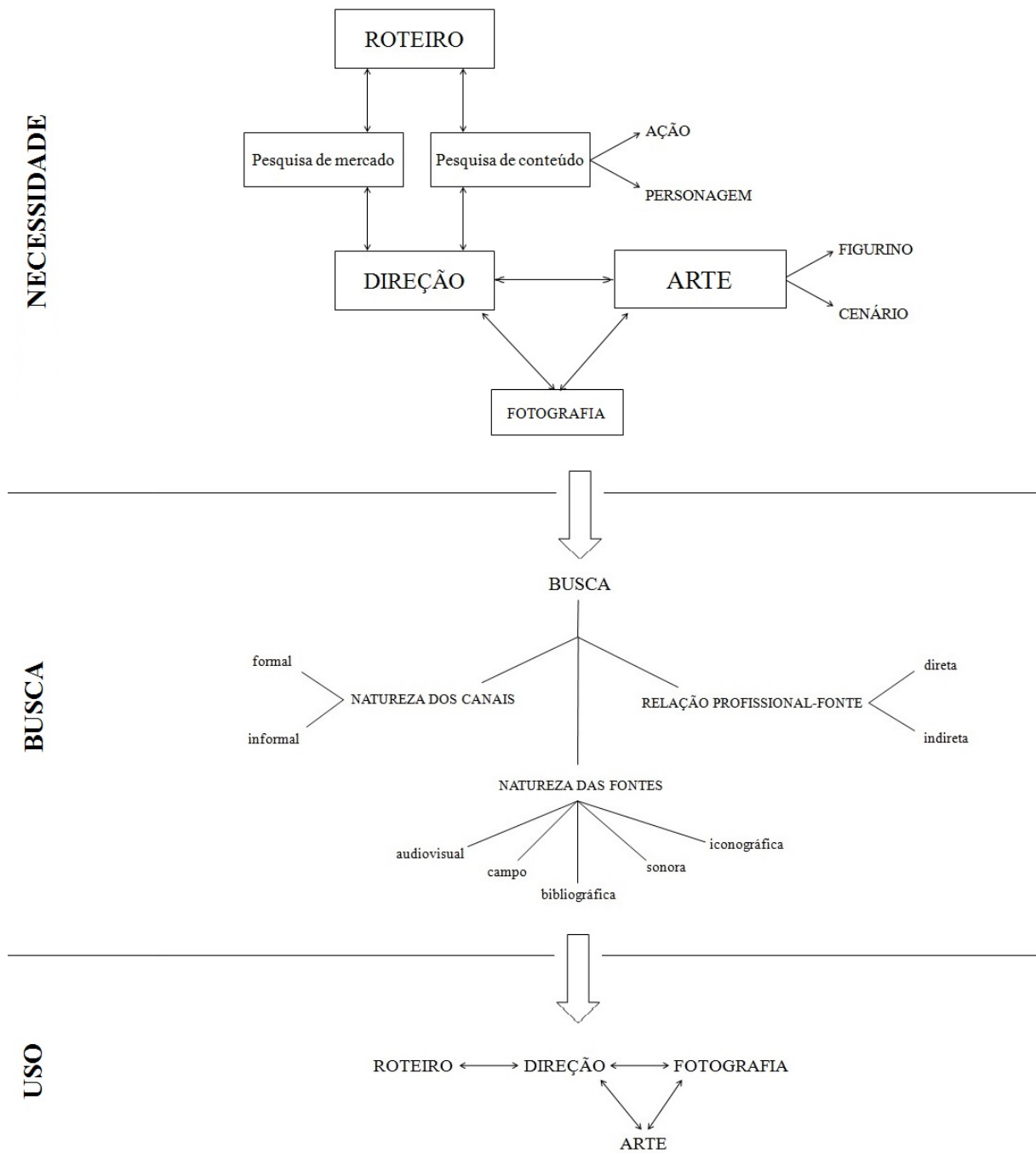
Assim sendo, a obra é construída e cumpre o seu papel depois de ter passado por diversas etapas na produção audiovisual. A partir disso, foi criado um modelo geral de ciclo informacional para a Pesquisa em produções audiovisuais de TV e Cinema (Figura 7). Embora já se tenha colocado neste trabalho, é válido reforçar novamente que o processo é muito dinâmico e, portanto, este não representa um modelo fechado e inflexível. Trata-se de um modelo que abrange os principais elementos que compõem o processo.

---

<sup>19</sup> MARIA Antonieta. Direção: Sofia Coppola. Produção: Sofia Coppola e Ross Katz. Estados Unidos: American Zoetrope; Columbia Pictures do Brasil, 2006. 1 DVD (123 min). Tradução de: Marie-Antoinette.



Figura 7 – Modelo de ciclo informacional geral para a Pesquisa em produções audiovisuais de TV e Cinema



Fonte: Elaborado pela autora.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Pesquisa atua em produções audiovisuais de TV e Cinema, influenciando diretamente na construção visual e na composição do conteúdo do produto audiovisual. Através dela, torna-se possível transformar uma ideia inicial em um produto capaz de passar a mensagem proposta em sua concepção, captando e levando o espectador para dentro da estória.

A criação de obras – sejam elas novelas, seriados, filmes ficcionais, documentários, entre outros – é um processo altamente dinâmico, que envolve diversas etapas e profissionais, cada um com uma função, porém atuando de maneira colaborativa. Atrelada a isso, há ainda a questão das características individuais de cada produto, seja em relação à temática ou ao formato, o que torna cada processo ainda mais único, levando a caminhos distintos.

Apesar do alto número de variáveis envolvidas, pode-se dizer que, sob a ótica do ciclo informacional, a Pesquisa tem início com a definição da necessidade, por parte, principalmente, do roteirista, diretor e equipes de arte, relacionando-se à pesquisa de conteúdo, pesquisa de mercado e elementos visuais, como figurino e cenário. A partir disso, a busca pode então ser realizada, podendo abranger diferentes estratégias e tipos de fontes. Tal processo pode ser caracterizado de acordo com a natureza dessas fontes, com a natureza dos canais de comunicação, e com a relação entre o profissional de quem parte a necessidade e a(s) fonte(s). Com as informações recuperadas e previamente selecionadas, segue-se para o uso informacional. Nesse estágio, ocorre a decisão final relacionada às informações que de fato serão utilizadas para compor o produto audiovisual. Tal etapa envolve fortemente a presença e a opinião do diretor da obra.

Buscou-se aqui, através das diferentes perspectivas fornecidas por profissionais da área e materiais bibliográficos, apresentar o processo de Pesquisa de uma forma condizente com a realidade da prática audiovisual nos dias atuais. Desse modo, pôde-se compreender o processo como um todo, o que pode acarretar em estudos futuros que visem o seu desenvolvimento e o aprimoramento.

A investigação permitiu que se perceba que o profissional bibliotecário, enquanto profissional da informação, possui todas as competências para atuar com a Pesquisa, podendo garantir que as produções audiovisuais recebam o rigor necessário a fim de permitir que as informações circulem de modo que o seu potencial seja aproveitado ao máximo. Nesse sentido, pode-se dizer que, além da atuação mais conhecida em unidades de informação, que pode contribuir indiretamente nas produções, tal profissional pode também atuar como

Pesquisador em produções audiovisuais de TV e Cinema. Espera-se que o estudo amplie a visão desses profissionais e permita a abertura de novas portas.

Pretende-se futuramente aprofundar mais o estudo, trazendo novos pontos de vista, não apenas daqueles que atuam diretamente nas produções, mas também dos que atuam enquanto fontes informacionais. Isso pode permitir que seja traçado um panorama ainda mais abrangente do processo. Além disso, planeja-se a elaboração de estudos de caso abordando esta temática com o intuito de tornar mais clara a atuação da Pesquisa nos mais variados contextos, tanto em relação à sua prática como à sua importância na construção de um produto audiovisual consistente.

## REFERÊNCIAS

ANCINE. **Instrução normativa nº 105, de 10 de julho de 2012**. Dispõe sobre o registro de título da obra audiovisual não publicitária, a emissão de certificado de registro de título e dá outras providências. Documento não paginado. Disponível em: <<http://ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-105-de-10-de-julho-de-2012>>. Acesso em: 17 dez. 2015.

ARAÚJO JÚNIOR, Rogério Henrique. **Precisão no processo de busca e recuperação da informação**. Brasília: Thesaurus, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1970.

CAMPOS, Flávio Campos de. **Roteiro de Cinema e Televisão: a arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma história**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2007. Disponível em: <<http://marcoareliosc.com.br/cineantropo/roteiro1.pdf>>. Acesso em: 19 fev. 2016.

CAPURRO, Rafael. Epistemologia e ciência da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5., 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, 2003. Documento não paginado. Disponível em: <[http://www.capurro.de/enancib\\_p.htm](http://www.capurro.de/enancib_p.htm)>. Acesso em: 6 dez. 2015.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração da produção: uma abordagem introdutória**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões**. São Paulo: Senac, 2003.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. 2. ed. São Paulo: Senac, 2006.

COLLUSSO, Larissa Cecilia. O produtor e o processo de produção de filmes no Brasil. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 10., 2009, Blumenau. **Anais...** Blumenau: FURB, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-0223-1.pdf>>. Acesso em: 19 abr. 2015.

COMPARATO, Doc. **Roteiro: arte e técnica de escrever para cinema e televisão**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nórdica, 1983.

CORDEIRO, Rosa Inês de Novais. **Informação e movimento: uma ciência da arte fílmica**. Rio de Janeiro: Madgráfica, 2000.

CRESPO, Isabel Merlo. **Um estudo sobre o comportamento de busca e uso de informação de pesquisadores das áreas de biologia molecular e biotecnologia: impactos do periódico científico eletrônico**. 2005. 119 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005. Disponível em:

<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/4387/000500810.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 11 fev. 2016.

O FABULOSO destino de Amélie Poulain. Direção de Jean-Pierre Jeunet. Produzido por Claudie Ossard. Manaus: Imagem Filmes, 2001. 1 DVD (122 min), son., color. Tradução de: Le fabuleux destin d'Amélie Poulain.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

GIANNASI, Ana Maria. **O produtor e o processo de produção dos filmes de longa metragem brasileiros**. 2007. 112 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-21072009-201018/fr.php>>. Acesso em: 19 abr. 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

IMMIG, Cássio Felipe. **Informação para a prática docente: o comportamento informacional dos professores de ensino fundamental da Escola Municipal Selvino Ritter do município de Estância Velha – RS**. 2007. 67 f. Monografia (Bacharelado em Biblioteconomia) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/67781/000718012.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 12 fev. 2016.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. Brasília: Briquet de Lemos, 1996. Disponível em: <<http://www.restaurabr.org/siterestaurabr/CICRAD2011/M1%20Aulas/M1A3%20Aula/20619171-le-coadic-francois-a-ciencia-da-informacao.pdf>>. Acesso em: 31 jan. 2016.

MADEIRA, Ney; EPIFANIO, Renata Lamenza. A criação do figurino teatral: entre a teoria e a prática. **REDIGE: Revista de Design, Inovação e Gestão Estratégia**, Rio de Janeiro, v. 4, p. 1-14, jul. 2013. Edição especial. Disponível em: <<http://www2.cetiqt.senai.br/ead/redige/index.php/redige/article/viewFile/217/242>>. Acesso em: 16 fev. 2016.

MARCIAL, Elaine Coutinho et al. Epistemologia da ciência da informação: a presença do paradigma social de Capurro na literatura. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 8., 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: <<http://www.enancib.ppgci.ufba.br/artigos/GT1--231.pdf>>. Acesso em: 7 dez. 2015.

MARTÍNEZ-SILVEIRA, Martha; ODDONE, Nanci. Necessidades e comportamento informacional: conceituação e modelos. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 36, n. 1, p. 118-127, maio/ago. 2007. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/view/797/725>>. Acesso em: 11 fev. 2016.

MICHAELIS Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Melhoramentos, 2009. Documento não paginado. Disponível em:  
<<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>>. Acesso em: 20 maio 2015.

MORIGI, Valdir José; SEMENSATTO, Simone; BINOTTO, Sibila Francine Tengaten. Ciclo e fluxo informacional nas festas comunitárias. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 16, n. 1, p. 193-201, jan./jun. 2006. Disponível em:  
<<http://www.ies.ufpb.br/ojs/index.php/ies/article/view/453>>. Acesso em: 11 fev. 2016.

NADAES, Adriana Duarte; ANDRADE, Afonso Victor V. de. Necessidade, busca e uso da informação: um olhar voltado para a monitoração ambiental. **Revista de Ciências Gerenciais**, Valinhos, v. 14, n. 19, p. 201-221, 2010. Disponível em:  
<<http://www.sare.anhanguera.com/index.php/rcger/article/view/1221/1201>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

NODARI, Sandra. A pesquisa como fundamento no roteiro de documentário. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Unifor, 2012. p. 1-11. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0694-1.pdf>>. Acesso em: 19 abr. 2015.

PEREIRA, Patrícia Mallmann Souto; MORIGI, Valdir Jose. Estudos de usuários e de recepção: uma abordagem a partir da mediação dos conceitos de informação e comunicação. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, v. 6, n. 2, p. 1-19, jul./dez. 2013. Disponível em: <<http://inseer.ibict.br/ancib/index.php/tpbci/article/view/113/155>>. Acesso em: 29 maio 2015.

PUCCINI, Sérgio. Considerações sobre o roteiro de documentário. **Revista Científica/FAP**, Curitiba, v. 6, p. 41-54, jul./dez. 2010. Disponível em:  
<[http://www.fap.pr.gov.br/arquivos/File/Revista%206/rev6\\_art3\\_SergioPuccini.pdf](http://www.fap.pr.gov.br/arquivos/File/Revista%206/rev6_art3_SergioPuccini.pdf)>. Acesso em: 25 set. 2015.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2012.

RODRIGUES, Chris. **O cinema e a produção**. 3. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SALLES, Filipe. Processos de finalização audiovisual. In: \_\_\_\_\_. **Manual básico de fotografia e cinematografia**. [S.l.]: Mnemocine, 2008. cap. 7, p. 58-66. Apostila de cinematografia. Disponível em:  
<[http://www.mnemocine.com.br/index.php/downloads/cat\\_view/52-parte-2-manual-de-cinematografia](http://www.mnemocine.com.br/index.php/downloads/cat_view/52-parte-2-manual-de-cinematografia)>. Acesso em: 26 dez. 2015.

VARGAS, Gilka Padilha de. Direção de arte: a imagem cinematográfica e o personagem. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E IMAGEM, 1., 2014, Londrina, PR. **Anais...** Londrina: UEL, 2014. Disponível em:  
<<http://www.uel.br/eventos/encoi/anais/TRABALHOS/GT3/DIRECAO%20DE%20ARTE%20A%20IMAGEM%20CINEMATOGRAFICA.pdf>>. Acesso em: 23 fev. 2016.

WATTS, Harris. **On câmera: o curso e produção de filme e vídeo da BBC**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1990.

## APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO: SUJEITO(A) DA PESQUISA

Grupo a ser pesquisado: profissionais do segmento audiovisual, envolvidos com o processo de Pesquisa em produções audiovisuais de TV e cinema.

Você está sendo convidado(a) a participar como colaborador(a) do trabalho de conclusão de curso “A Pesquisa na produção audiovisual de TV e cinema: uma análise sob a ótica do ciclo informacional”.

**Instituição:** Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) / Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas (CCJE) / Faculdade de Administração e Ciências Contábeis (FACC) / Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG)

E-mail de contato: comissaotcc.cbg@gmail.com

**Orientador:** Patrícia Mallmann Souto Pereira

SIAPÉ: 1856221

E-mail de contato: patriciamall@facc.ufrj.br

**Orientando:** Patrícia Morgado

DRE: 112104502

E-mail de contato: patymorgado@yahoo.com.br

## **1 OBJETIVO DA PESQUISA**

O objetivo geral deste estudo é compreender como ocorre o processo de Pesquisa em produções audiovisuais de TV e cinema, sob a ótica do ciclo informacional.

## **2 EXPLICAÇÃO DOS PROCEDIMENTOS**

O estudo está sendo feito a partir de entrevistas, previamente agendadas, com pessoas-fonte que possuam notável conhecimento na temática estudada. Durante as entrevistas será utilizado gravador de áudio, a menos que o entrevistado não deseje.

## **3 POSSÍVEIS RISCOS E DESCONFORTOS**

Os procedimentos envolvidos neste estudo não devem proporcionar desconfortos ou riscos ao respondente. Também não devem proporcionar exposição de ideias e fatos não desejados, questão essa que deve ser exposta, quando existir, e negociada entre o respondente e o orientando.

## **4 DIREITO DE DESISTÊNCIA**

O sujeito da pesquisa poderá desistir, a qualquer momento, de participar do estudo, não havendo qualquer consequência decorrente dessa decisão.

## **5 SIGILO**

Todas as informações obtidas no estudo poderão ser publicadas com finalidade exclusivamente acadêmica, porém preservando-se o anonimato da identidade do respondente, isto é, nenhum nome será identificado em qualquer material divulgado.



**6 TERMO DE CONSENTIMENTO COMO SUJEITO DA PESQUISA**

Eu, \_\_\_\_\_,  
CPF \_\_\_\_\_, declaro ciência das informações acima com os devidos esclarecimentos das minhas dúvidas. Sendo assim, por este instrumento, tomo parte, voluntariamente, do presente estudo.

Rio de Janeiro, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_

Assinatura do(a) participante

## APÊNDICE B – Roteiro das entrevistas por pauta

### EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

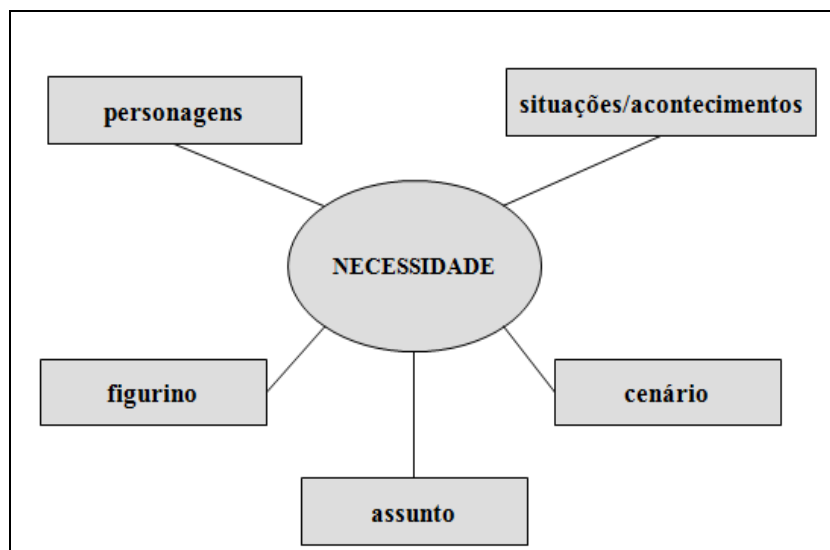
Tipos de produtos audiovisuais

Influência da Pesquisa (na sua área de atuação e na formação do produto)

### CICLO INFORMACIONAL

Necessidade:

- de qual profissional parte a necessidade;
- acréscimos/sugestões no esquema abaixo.



Busca:

- profissional responsável pela busca (exemplos);
- estratégia de busca – fontes – avaliação e seleção.

▪ Livros	▪ Visitas a locais	▪ Especialistas
▪ Revistas	▪ Exposições	▪ Consultores
▪ Jornais	▪ Bibliotecas	etc.
▪ Filmes	▪ Arquivos	
▪ Programas	▪ Museus	
▪ Entrevistas	▪ Centros de documentação	

Uso:

- a) forma como os resultados da busca e seleção são apresentados;
- b) tomada de decisão (variáveis que interferem).

## PESQUISA – PRODUTOS AUDIOVISUAIS

Diferenças

### APÊNDICE C – Questionário para a fonte pessoal 5

- 1) Qual a influência da Pesquisa para o seu trabalho nas produções audiovisuais?
- 2) Com quais tipos de produtos audiovisuais (de TV e Cinema) você já trabalhou? Filmes, novelas, seriados, documentários...? Nos momentos em que precisou fazer pesquisa de figurino, você sentiu alguma diferença nesse processo entre os diferentes tipos de produto audiovisual?
- 3) No seu caso, existe uma equipe de figurino que está atrelada à composição visual do produto audiovisual, certo? Qual a relação de vocês com os outros departamentos de arte? Vocês “pensam” juntos? E o diretor, conversa com você antes para passar a visão dele e o que ele espera? Como é a sua relação com ele antes e durante as filmagens? É uma construção em conjunto ou a equipe de figurino tem liberdade total?
- 4) O que você faz a partir do momento em que recebe o roteiro? Faz a leitura e começa a “destrinchar” por cenas, por personagem, figurinos...?
- 5) Eu poderia dizer que a necessidade/demanda pela pesquisa surge a partir do momento em que você fez a leitura do roteiro e começa a pensar na construção do figurino?
- 6) O que determina a construção do figurino, ou seja, quais as variáveis que interferem para que a pesquisa comece a ser feita? Por exemplo, poderia ser a personalidade do personagem a partir da sua leitura, seria o ambiente ao qual ele está inserido, seria a visão que o diretor passa pra você inicialmente....? Geralmente, esses fatores variam ou você consegue enxergar algum padrão em todos os trabalhos?
- 7) Quando começa a buscar referências para compor os figurinos, geralmente você faz algum procedimento específico/padrão ou isso varia de acordo com a sua necessidade mesmo?
- 8) Abaixo vou colocar algumas fontes. Gostaria de saber se você as utiliza. Tem alguma que você utilize mais? Tem que alguma que você costuma usar, mas não está aí? Penso que, no

seu caso, por você tratar da identidade visual do produto audiovisual de certa forma, suas referências seriam mais relacionadas a fontes mais “imagéticas”... seria isso?

▪ Livros	▪ Visitas a locais	▪ Especialistas
▪ Revistas	▪ Exposições	▪ Consultores
▪ Jornais	▪ Bibliotecas	etc.
▪ Filmes	▪ Arquivos	
▪ Programas	▪ Museus	
▪ Entrevistas	▪ Centros de documentação	

9) Depois que você faz a pesquisa e o levantamento das referências de figurino, como é determinado o que de fato vai ser selecionado pra entrar? Isso é algo que você conversa com a sua equipe e vocês decidem juntos? É algo que vocês conversam com a direção de arte e fotografia, por exemplo? É algo conversado com o diretor? Existe alguém que dá a palavra final quanto ao quê vai entrar de figurino na obra? Afinal, quem são as pessoas que interferem nessa seleção para ver o que de fato vai entrar no produto audiovisual?

10) Essa seleção/escolha é um processo que envolve muitas variáveis, como, por exemplo, o orçamento que se tem, o desejo ou não de transformar os resultados da busca para um universo ficcional, o público-alvo,...? O que é que vai determinar o que de fato vai compor o produto audiovisual? Isso varia?